Retorik • *Vol. 9(2), 2021*
DOI: https://doi.org/10.24071/ret.v9i2.3491
p-ISSN: 1412-6932
e-ISSN: 2549-2225

Digital Creative Labour: Prosumsi Desainer Grafis Kontributor dalam Platform Microstock Freepik

Vinsensiana Aprilia Nanda Jeharu
Kajian Budaya dan Media Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada
Email: vinsensiana.aprillia@mail.ugm.ac.id

Abstrak

Dalam era kontemporer ini, dapat dirasakan bagaimana teknologi web 2.0 mengubah cara kerja desainer grafis. Salah satu produk dari web 2.0 ialah platform *Microstock.* Melalui platform *Microstock* inilah, desainer grafis tidak lagi berperan sebagai produsen penghasil karya grafis, namun sekaligus menjadi konsumen produk grafis dari desainer grafis lainnya. Dengan itu, lahirlah praktik prosumsi (produksi-konsumsi) desainer grafis melalui platform *Microstock* sebagai kontributor. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap praktik prosumsi kontributor berkaitan dengan pekerja digital teralienasi di Freepik yang merupakan salah satu platform *Microstock* terbesar di era ini. Metodologi penelitian ini adalah etnografi virtual yang digunakan untuk mengumpulkan data dari ruang virtual sebagai arena berlangsungnya praktik prosumsi, baik melalui wawancara maupun observasi partisipasi secara langsung sebagai kontributor. Melalui analisis yang telah dilakukan menggunakan teori *digital labour* milik Christian Fuchs, diketahui bahwa praktik prosumsi kontributor terjadi di bawah kontrol platform yang menyebabnya mereka terikat dalam posisinya sebagai pekerja digital yang terasing dan tereksploitasi kerja, yang oleh karenanya menjadi produktif. Kerja-produktif yang terjadi menyebabkan peran kontributor melampaui produsen dan konsumen. Demikian juga dengan nilai tukar antara tenaga kerja yang digunakan dan upah yang diperoleh tidak sebanding.

Kata kunci: kontributor, stok grafis, prosumsi, *digital labour*, web 2.0

A. Pendahuluan

Perkembangan internet menyebabkan ledakan-ledakan besar hingga membawa kita ke era revolusi industri keempat yang menyempurnakan revolusi sebelumnya. Internet telah diintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari dan telah mengubah banyak hal. Beberapa perubahan ini bersifat teknis—membuat komunikasi menjadi lebih cepat, menurunkan biaya pengumpulan data, dan lain-lain. Internet pun bertransformasi dari web 1.0 menjadi web 2.0 yang ditandai dengan interaktivitas pengguna untuk membuat situs web sendiri seperti *Facebook*, *YouTube*, dan *Twitter.*[1] Melalui wahana internet web 2.0 inilah simulasi gerakan membawa masyarakat siber berpindah dari waktu ekstensif-historis menuju waktu intensif-keseketikaan yang ahistoris, yang di dalamnya

1 George Ritzer, *Post Modern Social Theory* (New York: McGraw-Hill*,* 1996), 14.

terjadi proses peringkasan ruang dan durasi waktu.[2]

Transformasi web 2.0 turut mengubah cara masyarakat siber dalam mengonsumsi dan memproduksi berbagai informasi yang disuguhkan dalam dunia virtual. Masyarakat siber tidak lagi menjadi konsumen pasif tetapi secara aktif turut memproduksi sesuatu yang telah dikonsumsi menjadi suatu produk baru. Aktivitas konsumsi sekaligus produksi ini diistilahkan sebagai prosumsi oleh Alvin Toffler dalam bukunya *The Third Wave.*[3] Keleluasaan dan kecepatan dalam membuat maupun mengonsumsi berbagai konten dalam jagat web 2.0 kemudian membuka peluang munculnya berbagai umpan balik pengguna.

Aktifnya pengguna sebagai konsumen sekaligus produsen oleh kapitalis digital dilihat sebagai sebuah potensi untuk meraup keuntungan ekonomi melalui kerja kolektif atau *crowdsourcing*. Pihak kapital digital merespon peluang dari aktivitas prosumsi tersebut dengan membangun berbagai platform yang menggunakan *crowdsourcing* sebagai daya penggerak. *Crowdsourcing* adalah jenis inovasi terbuka dalam web dan melibatkan partisipasi sukarela dari berbagai pihak. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Howe (2006) dalam bukunya berjudul *Crowdsourcing: How the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*. Terlebih, model *Crowdsourcing* dalam beberapa tahun terakhir telah terbukti menjadi mekanisme yang efektif untuk memanfaatkan kecerdasan dan inisiatif kolektif.[4]

Ranah desain grafis kontemporer adalah salah satu dari bentuk industri kreatif yang menjadi lahan basah bagi indsutri dengan model kerja *crowdsourcing*. Toffler dalam Fuchs[5] mengemukakan bahwa model ini seolah menawarkan demokrasi bagi para pekerjanya dengan iming-iming keleluasaan tempat dan waktu bekerja serta otonomi terhadap diri sendiri. Selain itu, pihak desainer grafis juga seolah memiliki kemandirian atas pilihan personal dan swaproduksi mandiri. Hal tersebut diduga menjadi daya tarik yang cukup diminati oleh banyak desainer grafis baik desainer lepas, desainer korporat, desainer pemula, dan desainer profesional untuk turut berpartisipasi dalam sistem *crowdsourcing*. Kapital digital menggunakan momen ini untuk memperoleh keuntungan moneter dengan membangun berbagai platform yang menggunakan produk kreativitas sebagai komoditi utama, salah satunya ialah platform berbentuk *Microstock*.

Microstock adalah salah satu platform digital kreatif yang menyediakan komoditi berupa stok grafis siap pakai (instan) seperti foto, *template,* ikon, ilustrasi, tipografi, logo, *mock up*, gambar 3D, audio, animasi maupun video. Stok grafis tersebut ditujukan kepada orang-orang yang membutuhkan stok grafis secara instan untuk digunakan dalam berbagai proyek, misalnya: kampanye, pemasaran, bisnis, maupun kegiatan-kegiatan yang membutuhkan stok grafis sebagai tambahan untuk melengkapinya tanpa perlu melibatkan tenaga kerja tambahan.

Dalam ekosistemnya, *Microstock* membagi target pengguna platformnya ke dalam dua kategori yaitu: kontributor dan non-kontributor. Kontributor ada-

2 Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Berlari* (Yogyakarta: Aurora, 2017), 37.

3 Alvin Toffler, *The Third Wave* (New York: Morrow, 1980)*,* 266.

4 Hosio, dkk., "Crowdsourcing Public Opinion Using Urban Pervasive Technologies", *Policy and Internet* 7 (April 2015): 203–222, doi: 10.1002/poi3.90.

5 Christian Fuchs, *Digital Labour and Karl Marx* (New York: Routledge, 2015)*,* 99.

lah kelompok pengguna yang bertugas memproduksi berbagai stok grafis untuk *Microstock*. Sementara non-kontributor adalah kelompok pengguna yang menjadi target konsumen atau orang yang membeli dan mengunduh stok-stok grafis tersebut. Non-kontributor pada umumnya adalah *end user* (perusahaan, agensi, institusi, atau individu), dan pekerja kreatif (termasuk desainer grafis) itu sendiri.

Selain itu, *Microstock* diidentifikasikan sebagai sistem *crowdsourcing* yang mendapatkan layanan, ide, atau produk dari sejumlah besar kontributor berbentuk perpaduan antara elemen grafis secara *open source*. Sederhananya, sistem ini mendapatkan produk mereka dari berbagai sumber (desainer grafis) dengan model kolaborasi. Hal tersebut berarti bahwa *Microstock* berperan sebagai agen pengumpul (*aggregator*) stok grafis dari berbagai sumber karena *Microstock* tidak memproduksi produknya sendiri.

Untuk model pembayaran, *Microstock* menggunakan model lisensi *Royalti Free (RF). Royalty Free Lincence* (Bebas Royalti), menurut Voronov dan Ivanov dalam penelitiannya tahun 2016 yang berjudul *The Rise of Cyber Market for Stock Art: Assets Aggregation and The Wealth of Mass Creativity,* dipahami sebagai izin terhadap penggunaan hak cipta kekayaan intelektual yang mana pengguna dapat menggunakan sebuah aset seni berkali-kali secara tidak terbatas hanya dengan sekali pembayaran saja atau sering disebut dengan beli-putus. Dalam model ini, pembeli melakukan pembayaran tunggal dan dapat menggunakan stok grafis dalam jumlah yang tidak terbatas untuk jangka waktu yang tidak terbatas. Sehingga, para kontributor hanya mendapatkan satu kali pembayaran per produknya tetapi produk tersebut dapat digunakan secara bebas dan berulang-ulang oleh pihak pembeli.

Dari berbagai jenis *platform Microstock*, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang salah satu *Microstock* pendatang baru yang saat ini semakin popular di kalangan desainer grafis baik pihak kontributor maupun non-kontributor yakni, *Freepik.*[6] *Freepik* adalah *Microstock* dengan produk unggulan berupa vektor dan *bitmap* dalam format *master* fail (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, maupun Corel Draw) dengan sistem *open source. Platform* ini didirikan pertama kali pada tahun 2010 di bawah pimpinan Alejandro Sánchez Blanes, Pablo Sánchez Blanes, dan Joaquín Cuenca Abela di Spanyol. *Freepik* popular karena banyaknya aset grafis siap pakai yang ditawarkan.

Pada penelitian ini, kontributor adalah fokus utama penelitian. Ada alasan mengapa permasalahan difokuskan pada pihak kontributor *Royalty Free Lincence* (Bebas Royalti) daripada pihak non-kontributor. Hal ini berdasarkan pada temuan yang mengarah pada kecurigaan adanya tindak eksploitasi dan alienasi yang dilakukan oleh pihak *Freepik* kepada para kontributornya. Model kontributor pada *platform Freepik* akan dijelaskan terlebih dahulu.

Kontributor *Freepik* terbagi menjadi dua kategori, yakni kontributor eksklusif dan kontributor noneksklusif. Diferensiasi masing-masing kategori berdasarkan ketentuan kerja, fasilitas, dan besaran upah yang diperoleh. Kon-

6 Berdasarkan pengalaman empiris peneliti di lingkup desainer grafis dan didukung oleh tulisan Silvia Natalia, sumber: http://www.silvianatalia.com/category/Microstock/ dan Erwin Wirataprama, sumber: https://erwinwirapratama.medium.com/7-Microstock-terbaik-untuk-jual-vector-248bb995c22a. Mereka adalah *multiple* kontributor di beberapa *Microstock.*

tributor eksklusif adalah desainer grafis yang dianggap sebagai pekerja tetap *Freepik* yang terikat kontrak dalam jangka waktu tertentu. Hanya desainer grafis yang telah lolos tahapan seleksi ketat oleh *Freepik* saja yang bisa mendapatkan posisi ini. Kontributor bisa menjadi kontributor eksklusif dengan dua cara. Pertama, kontributor mengirimkan surat elektronik permintaan ke *Freepik* secara langsung. Lalu kedua, kontributor mendapat tawaran secara langsung dari pihak *Freepik* melalui surat elektronik. Pada tahun 2019 peraturan tersebut berubah. Untuk dapat menjadi kontributor eksklusif, para desainer grafis harus mulai dari noneksklusif terlebih dahulu.

Menurut penawaran *Freepik* dalam laman *website*nya,[7] ada beberapa '*previlege*' yang bisa diperoleh kontributor eksklusif yakni, dibimbing dan dipantau langsung oleh *Art Director Freepik*; menjadi anggota komunitas internasional *Freepik*; mendapatkan upah yang stabil tetapi harus sesuai dengan kebijakan yang berlaku. Stabil yang dimaksudkan adalah pendapatan kontributor eksklusif secara teratur dibayar langsung oleh pihak *Freepik* sebesar €9,86 per *bundle* stok grafis sekali pembayaran. Setelah itu, stok grafis yang telah dibayar oleh *Freepik* akan menjadi milik *Freepik* (ditandai dengan *watermark: Designed by Freepik*) dan umumnya akan dijadikan fail gratis oleh *Freepik*. Fail stok grafis yang telah menjadi milik *Freepik* tidak boleh diperjualbelikan di luar *platform Freepik*.

Hal tersebut berbeda dengan kontributor noneksklusif yang diperuntukan bagi siapa saja yang secara suka rela bergabung dan memproduksi stok grafis instan di *platform* ini tanpa harus ikut seleksi ketat terlebih dahulu. Meskipun demikian, ada syarat-syarat yang perlu dipenuhi untuk menjadi kontributor noneksklusif yakni perlu memproduksi 20 fail pertama untuk diunggah ke *Freepik*. Apabila dari 20 fail tersebut tidak ada yang lolos kurasi, calon kontributor yang bersangkutan akan diblokir dan dilarang untuk mencoba bergabung kembali. Dengan kata lain, calon kontributor hanya diizinkan melakukan sekali pendaftaran.

Penawaran yang diberikan pada kontributor kategori ini berupa kebebasan untuk mengontribusikan stok grafis dengan tema apapun sesuai keinginan. Selain itu, stok grafis yang telah diunggah ke dalam *Freepik* juga bisa dijual kembali di *platform Microstock* lainnya. Upah kontributor noneksklusif berdasarkan pembayaran sekali unduh per satuan stok atau *pay per download.* Upah yang diterima oleh kontributor noneksklusif bersifat tidak stabil karena bergantung pada jumlah pengunduh. Sementara itu, upah per unduhan juga tidak stabil bergantung pada jumlah *subscriber Freepik*. Saat penelitian ini ditulis, upah per unduhannya ialah €0,10.

Sebagai *platform* yang menjual komoditi stok grafis, *Freepik* tidak hanya menawarkan stok grafis untuk mempermudah pekerja kreatif menyelesaikan proyeknya, seperti yang dimuat dalam *website*nya bahwa stok grafis yang ada di *Freepik* ditujukan untuk desainer grafis dan fotografer.[8] Namun, pada praktiknya *Freepik* sekaligus mengajak para konsumennya (desainer grafis dan fotografer) untuk turut berpartisipasi memproduksi berbagai stok grafis. *Freepik* menyadari adanya kekuatan dari pekerja kolektif di era ini yang didukung dengan

7 Freepikcompany, "Be a Part of Something Special". Diakses 19 Februari 2021, https://www.freepikcompany.com/jobs

8 Freepikcontributor, "Become a Contributor: Share Your Creation and Earn Money Doing What You Love". Diakses 19 Februari 2021, https://contributor.freepik.com/

perubahan peran pengguna internet yang tidak lagi sekedar 'mengonsumsi' tetapi sekaligus 'memproduksi'. *Freepik* sebagai pihak kapital tidak memerlukan tenaga kerja para spesialis dengan upah tinggi. Dengan memanfaatkan produktivitas pekerja kolektif dari berbagai sumber dengan upah rendah, *platform* ini mampu menjalankan roda produksinya dengan keuntungan moneter yang tinggi.

Permasalahan di atas membawa peneliti untuk melihat secara lebih kritis, benarkah sistem yang ada dalam *platform Freepik* memberikan upah yang sepadan bagi para desainer grafis kontributor sesuai dengan usaha dan waktu yang telah digunakan? Benarkah kebebasan yang ditawarkan merupakan upaya demokratisasi kerja terikat yang terselubung? Muncul kecurigaan dalam diri peneliti bahwa pada praktiknya desainer grafis kontributor telah menjadi pekerja digital yang rentan (prekariat) akan alienasi dan eksploitasi. Alienasi menurut Fuchs merupakan pengasingan diri pekerja atas: a) dirinya karena kerja dikendalikan oleh kapital, b) instrumen kerja, c) objek kerja, d) produk kerja. Pengasingan kerja digital menyangkut tenaga kerja yang dikendalikan oleh kapital. Objek kerja berupa pengalaman manusia, informasi *online*, relasi sosial *online*.[9] Instrumen kerja berupa *platform* yang dikuasai kapital dan produk-produk yang dihasilkannya bukanlah milik diri pekerja melainkan milik kapitalis. Keterasingan empat sisi ini membentuk keterasingan dari seluruh proses produksi dan disebabkan oleh adanya relasi kelas dan menghasilkan eksploitasi.[10]

Kondisi ini disebut sebagai '*labour*'. Kerja yang menciptakan nilai dan hanya diukur secara kuantitatif disebut '*labour*' dibandingkan '*work*' yang diukur secara kualitas.[11] Ada upaya tersembunyi dibalik berbagai kebijakan *Freepik* untuk mengontrol dan memaksa para desainer kontributor untuk terus terhubung, berinteraksi, dan memberikan umpan balik dalam bentuk produksi secara produktif demi memberikan nilai surplus dan laba moneter. Dengan demikian, pihak *platform* sebagai pemegang kekuasaan bisa menikmati laba yang meningkat terhadap skala. Dalam kasus ini *Freepik* tidak memproduksi sendiri jutaan stok grafis yang ada dalam sistem *platform* mereka, *Freepik* tidak lebih dari *aggregator* stok grafis yang akhirnya bermuara menjadi gudang komoditi artefak kreatif.

Oleh sebab itu, peneliti melihat ada beberapa hal menarik yang perlu dikaji lebih lanjut. Pertama, peneliti akan mencoba menganalisis lebih dalam perihal bagaimana kebijakan *Freepik* terhadap desainer grafis kontributor sehingga dapat melihat bentuk alienasi dan eksploitasi dalam relasi produksi kapitalis. Kedua, memaparkan praktik produksi dan konsumsi desainer grafis kontributor baik eksklusif maupun noneksklusif di bawah gerak kuasa *Freepik*, misalnya seperti proses kerja produktif desainer kontributor eksklusif dan noneksklusif dalam memproduksi stok-stok grafis tersebut. Ketiga, peneliti akan mengkaji lebih lanjut mengapa para desainer grafis kontributor berpartisipasi dalam praktik prosumsi di *Freepik:* adakah kesadaran akan kuasa *Freepik* atas diri mereka sebagai prekariat atau justru mereka mene-

9 Christian Fuchs dan Sebastian Sevignani, *Mengenal Perbedaan Kerja-teralienasi Digital (Digital labour) dan Kerja-Umum Digital (Digital Work),* trans. Hizkia Yosie Polimpung (Jakarta: Indo Progress, 2018), 45.

10 Fuchs dan Sevignani, 48-55.

11 Karl Marx, "Capital: A Critique of Political Economy", dalam *Digital Labour and Karl Marx* oleh Fuchs (New York: Routledge, 2015), 15.

rima semua ini secara *taken for granted*? Oleh sebab itu, peneliti akan mengulasnya lebih lanjut.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini akan meneliti desainer grafis sebagai subjek penelitian dan *Microstock Freepik* sebagai objek penelitian. *Microstock Freepik* sebagai *platform* dengan sistem *crowdsourcing* berada dalam ruang siber. Hal ini berarti penelitian ini membutuhkan metode khusus. Penelitian ini akan menggunakan etnografi virtual sebagai metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Menurut Hine,[12] ketika objek studi berada dalam internet, menemukan tempat untuk dikunjungi sama sekali tidak mudah sebab internet mewakili suatu tempat, dunia maya, di mana budaya dibentuk dan dipulihkan kembali.

Etnografi adalah penelitian khas yang melibatkan etnograf (peneliti) untuk terlibat baik secara terbuka maupun diam-diam untuk mengamati dan meneliti apa yang terjadi dalam kehidupan subjek penelitian sehari-hari.[13] Dalam kaitannya dengan objek penelitian yang ada di dunia digital, Christine Hine memberikan istilah etnografi yang berbeda. Etnografi di dunia maya bertujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikansi dan implikasi penggunaan internet yang disebut sebagai etnografi virtual.[14] Menurut Hine, metode antropologi sosial budaya yang diimplementasikan dengan tepat dapat memberikan pemahaman teoritis dan membantu menentukan kelancaran dinamika hubungan di dunia *online* (daring). Penelitian ini melibatkan enam informan yang terdiri dari tiga kontributor eksklusif dan tiga kontributor noneksklusif serta menggunakan teknik *snowball random sampling*, yaitu pihak informan pertama sebagai pemberi rekomendasi informan selanjutnya.

C. Hasil dan Pembahasan

a. Kemunculan Freepik Company Sebagai Perusahaan Microstock Raksasa

Platform ini hadir pertama kali pada tahun 2010 oleh Alejandro dan Pablo Blanes bersama dengan Joaquín Cuenca, pendiri Panoramio (diakuisisi oleh *Google*). Ide Alejandro untuk mendirikan *Freepik* bermula dari dorongan dalam dirinya untuk membuat *platform* tempat desainer grafis dan fotografer dapat menemukan sumber daya grafis gratis yang siap pakai. Ide tersebut berkelindan dengan kondisi percepatan yang saat ini mewarnai kehidupan kontemporer seperti yang diungkap oleh Piliang, yang merujuk pada perspektif Virilio, bahwa kecepatan sebagai prinsip sentral masyarakat informasi-digital.[15] Konsep kecepatan lahir dari rahim revolusi industri yang memungkinkan segala sesuatunya diperoleh dan dikonsumsi secara instan. Oleh sebab itu, untuk 'membantu' desainer grafis agar dapat memproduksi proyek dengan cepat, Pablo dan Joaquín mendukung idenya. Mereka kemudian bersama-sama mendirikan *Freepik Company*.

Di masa-masa perkembangan awal, *Freepik* masih menggunakan jasa desainer grafis dan fotografer profesional

12 Christine Hine, *Virtual Ethnography* (London: SAGE, 2000), 9.

13 Bate, "Whatever Happened to Organizational Anthropology? A Review of the Field of Organizational Ethnography and Anthropological Studies", Human Relations, 50(9) (September, 1997), 1147–1175, doi: 10.1177/001872679705000905

14 Hine, 9.

15 Piliang, 33.

untuk memproduksi stok grafis mereka. Kemudian pada tahun 2015 model kontributor terbuka diluncurkan. Di tahun yang sama, *Freepik* membuat model langganan (*subscription*) untuk *platform* mereka. Tujuannya adalah memberikan kemungkinan kepada pengguna untuk menikmati manfaat menjadi pengguna premium.[16] Peran *Freepik* sebagai *Microstock* dengan memanfaatkan *crowdsourcing* pun dimulai. Seperti yang diungkapkan oleh Howe, pemanfaatan kelimpahruahan di era web 2.0 begitu menjanjikan untuk menjadi motor penggerak berbagai 'pabrik' digital. Pemanfaatan *crowdsourcing* oleh *Freepik* tersebut menyaring lebih dari 12.000 orang di seluruh dunia sebagai kontributor di tahun 2015, setahun setelah *platform* ini meluncurkan model kontributornya. Kontributor tersebut berasal lebih dari 100 negara di seluruh dunia antara lain: Brasil, Meksiko, India, Thailand, Spanyol, Indonesia, Rusia, Italia dan Amerika Serikat.

Perkembangan *Freepik* terus berlanjut hingga menciptakan berbagai anak perusahaan. Pada tahun 2019, *Freepik* mendirikan anak perusahaan terbaru, *Slidesgo*, yaitu sebuah *platform Microstock* yang menawarkan *template* presentasi gratis untuk *Google Slides* dan *Microsoft PowerPoint*. *Slidesgo* dihadirkan dengan tujuan mempermudah pengguna dalam menyajikan presentasi terutama di era serba digital ini. Ribuan *template* salindia presentasi siap pakai menjadi komoditi unggulannya. *Freepik* mengklaim bahwa pengguna sangat menyukai kehadiran *Slidesgo*. Belum cukup dengan *Slidesgo*, di tahun yang sama, *Freepik* kembali meluncurkan anak perusahaan bernama *Storyset*. *Storyset* hadir dengan konsep yang benar-benar baru yaitu ilustrasi berbasis kustom atau bisa disesuaikan dengan preferensi konsumen. Meliputi warna yang bisa diubah-ubah dan komponen-komponen ilustrasi yang bisa disesuaikan secara langsung. Selanjutnya pada tahun 2021 *Freepik* meluncurkan anak perusahaan terbarunya bernama *Wepik*. *Wepik* adalah *platform* penyedia *template* berbagai kebutuhan seperti konten media sosial, kebutuhan pendidikan, bisnis, pemasaran, maupun kebutuhan personal yang bisa disesuaikan. *Wepik* membawa konsep yang sama dengan *Microstock* pesaingnya yakni *Canva.* Penggunanya dimungkinkan untuk melakukan suntingan langsung secara daring melalui *platform Wepik* tanpa menggunakan perangkat lunak pihak ketiga. Gencarnya *Freepik* dalam melebarkan sayap bisnisnya inilah kemudian mentransformasi *Freepik* menjadi perusahaan *Microstock* raksasa dengan tentakel yang siap menarik lebih banyak konsumen dan kontributor bernama *Freepik Company*.

Di Indonesia kepopuleran *Freepik* juga cukup dirasakan. Peneliti menemukan cukup banyak agen penyebar informasi yang membagikan baik teknis maupun pengalaman menggunakan *Freepik* dengan pembingkaian optimis. Agen-agen tersebut merupakan kontributor *Freepik* yang membagikan resensinya melalui publikasi blog, video *YouTube*, *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan berbagai forum diskusi terbuka, salah satunya adalah Quora. Antusias pengguna Indonesia sangat terlihat dari kolom komentar dan diskusi. Peneliti mengamati hal tersebut melalui grup *Facebook* "*Freepik* Contributor Indonesia", beranggotakan lebih dari sepuluh ribu orang dan didirikan oleh Silvia Natalia, seorang desainer grafis kontributor yang sudah

16 "Freepik Company Story: 11 Years and Still Going Strong", Freepik Company. Diakses 4 April 2021. https://www.Freepik.com/blog/Freepik-company-11-years/

cukup lama berkiprah di *Freepik*. Grup ini bersifat tertutup serta hanya mengizinkan masuk bagi yang mempunyai portfolio elektronik dan yang benar-benar mau terlibat dalam membangun karier di *Freepik*. Konten dari grup ini sebagian besar berupa *knowledge sharing* dan sisanya berupa pengalaman. *Freepik* belum lama mengibarkan benderanya di jagat desain grafis Indonesia. Namun, berkat cara *Freepik* mengonstruksikan model bisnis, layanan, dan tawarannya, *platform* ini dalam waktu yang relatif singkat mampu menarik minat pengguna Indonesia secara signifikan. Melalui citra *Freepik* yang telah terbingkai secara positif ini kemudian memicu keterpikatan pengguna untuk bergabung, berpartisipasi, dan berkontribusi.

b. Prosumsi Kontributor di bawah kontrol Freepik

Kerja adalah "kegiatan pemberian-bentuk" (*form-giving activity*)[17] yang menyerap dirinya sendiri dalam proses produksi dan juga menyerap bahan-produksi yakni informasi kognitif. Kerja kreatif para kontributor menciptakan "bentuk objektif baru" produk baru.[18] Artinya, kerja kreatif adalah proses pengonsumsian-produktif: kerja mengonsumsi produk (stok grafis *Freepik*), menggunakan tenaga-kerja (usaha fisik), dan dalam proses tersebut menciptakan produk baru.[19]

Kerja kreatif kontributor eksklusif bagi sebagian kontributor diterima sebagai sebuah bentuk kerja wajar yang sudah seharusnya menjadi tanggung jawab pekerja terikat. Berbagai upaya dilakukan demi bisa memproduksi stok grafis termasuk keterlibatan secara aktif. Namun, kerja kreatif di *Freepik* dianggap memberikan banyak batasan bagi sebagian kontributor lainnya. Alasannya, proses produksi produk kreatif membutuhkan kebebasan berkreasi. Meskipun demikian, hal tersebut tidak menyurutkan intensitas kerja lebih para kontributor. Justru mereka mengupayakan berbagai hal sebagai bentuk loyalitas. Ini merupakan implikasi struktural dari prosumsi dengan mengikuti kerangka "permainan peran", di mana "pelanggan" memainkan peran tradisional "karyawan".[20] Dalam konteks ini, kontributor yang awal menjadi konsumen kemudian menjadi pekerja (produsen).

Boltanski dan Chiapello mengungkapkan "semangat baru kapitalisme", di mana modal secara aktif mengundang pengguna untuk bekerja secara kreatif.[21] Pada kenyataannya, hal tersebut masih menyisakan kontrol kreatif. Melalui sebuah medium yang disebut *brief*, *Freepik* mengontrol dan membatasi para kontributor. Kontributor eksklusif dipaksa memproduksi stok grafis sesuai idealisme *Freepik*. Tidak hanya itu, dengan tawaran kepastian perolehan upah setiap bulan, kontributor dituntut kerja memenuhi target minimal 40 stok setiap bulannya. Meskipun *Freepik* melakukan kontrol atas kerja kontributor, bukan berarti tidak ada negosiasi di dalamnya. Untuk menjaga loyalitas kontributor eksklusif, *Freepik* memberikan ke-

17 Karl Marx, *Capital: A Critical Analysis of Capitalist Production*, (London: Swan Sonnenschein, Lowrey, & Co., 1887), 301.

18 Marx, 301.

19 Fuchs dan Sevignani, 17.

20 Eran Fisher "Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit of Networks" dalam *Digital Labour and Prosumer Capitalism: The US Matrix* oleh Olivier Fraysse dan Mathieu O'neil (London: Palgrave Macmillan, 2015), 132, doi: 10.1057/9781137473905_1

21 Michael L. Siciliano, *Creative Control: The Ambivalence of Work in the Culture Industries* (New York: Columbia University Press, 2021), 29.

bebasan dan kelonggaran sebagai bentuk penjagaan secara halus. Seperti negosiasi apabila ada keberatan berkaitan tema yang diberikan dan kelonggaran berupa izin tidak setor karya bila kontributor eksklusif ada kendala yang mendesak.

Sebagai pekerja terikat, kontributor eksklusif melakukan upaya untuk mengejar produksi target bulanan. Untuk itu, pelibatan *co-contributor* menjadi salah satu siasat yang dilakukan untuk bisa terus memproduksi stok grafis sesuai target. *Co-contributor* merupakan pekerja kolektif. Merujuk pada pemikiran Marx, pekerja kolektif adalah seorang "pekerja gabungan" yang kegiatan gabungannya menghasilkan secara material sebuah produk gabungan[22]. Walaupun keterlibatan *co-contributor* bertujuan untuk meringankan kerja kontributor utama, pada praktiknya hal tersebut menciptakan permasalahan berupa kontrol kreatif yang berlipat.

Terjadinya kontrol kreatif berlipat merupakan implikasi dari praktik reproduksi *brief* yang dilakukan oleh kontributor utama. Kontrol diejawantahkan ke dalam bentuk *moodboard* dengan fungsi sebagai pendisiplinan kerja *co-contributor* agar sesuai dengan produk ideal kontributor utama. Adanya *brief* dan *moodboard* sebagai turunannya kemudian melahirkan ambivalensi. Kontributor dan tim menerima *brief* sebagai bentuk tuntunan visual untuk mempermudah proses kreatif agar bisa tepat sasaran tetapi mereka sekaligus merasakan keterbatasan dari pihak *Freepik*. *Freepik* mengundang, memesona, dan kemudian menetapkan batas-batas di mana kontributor dapat melakukan apa yang diinginkan selama keuntungan bertambah. Demikianlah serangkaian kontrol yang menjadi muara dari adanya tuntutan kapital[23] dalam praktik prosumsi kontributor eksklusif.

Pembahasan berikutnya berkaitan dengan kontributor noneksklusif. *Freepik* menggunakan kebijakan *platform* untuk melakukan kontrol yang tidak sederhana terhadap kontributornya. Alih-alih memperoleh kemakmuran dan kebebasan, kontributor justru terikat untuk memproduksi stok grafis secara aktif dengan upah yang terbilang rendah. Kemakmuran itu penting, menurut Toffler, baik secara moral maupun ekonomi. Secara moral, prosumsi berarti "pergeseran dasar dari konsumen pasif ke prosumer aktif"[24], menyelesaikan masalah masyarakat siber yang terus-menerus karena produksi massal. Sehingga, kemudian menciptakan masyarakat konsumen massal: pasif, homogen, jinak, dan tunduk pada manipulasi. Sebaliknya, prosumsi justru menyebabkan masyarakat siber tidak hanya aktif tetapi juga semakin homogen, jinak, dan tunduk pada manipulasi dengan cara yang kompleks melalui kebijakan *platform*.

Selain itu, prosumsi dipahami dalam salah satu dari dua cara: baik untuk memperluas kebebasan individu dengan memungkinkan konsumen mendapatkan lebih banyak kendali atas produksi atau memperluas kapasitas produsen untuk kegiatan eksploitasi dengan mengalihkan sebagian dari proses kerja ke konsumen[25]. Merujuk pada pemahaman Fisher tersebut, kapitalis memberdayakan konsumen untuk menjadi produsen. Oleh karena itu, pemilik modal adalah

22 Marx, 1040.

23 Siciliano, 29.

24 Toffler, 269.

25 Eran Fisher, "Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit of Networks" dalam *Digital Labour and Prosumer Capitalism: The US Matrix* diedit oleh Olivier Fraysse dan Mathieu O'Neil (London: Palgrave Macmillan, 2015), 127, doi: 10.1057/9781137473905_1

kapitalis prosumer. Kebebasan pada awalnya merupakan hal mendasar yang ditawarkan oleh *Freepik* kepada kontributor noneksklusif karena ketakterikatannya terhadap *art director* maupun *brief*. Pemanfaatan oleh pihak kapital terhadap proses prosumsi para kontributor noneksklusif tersebut lantas menciptakan kebebasan semu. Kebebasan berkreasi menjadi semu karena kontributor noneksklusif pada hakikatnya masih terikat dengan kontrol *Freepik.* Kontrol itu terlihat pada proses seleksi karya ketika desainer grafis harus menghasilkan karya dengan kualitas produk yang sama dengan kontributor eksklusif. Apabila mereka tidak mampu menghasilkan produk sesuai standar kualitas *platform*, karya tersebut akan ditolak sehingga secara otomatis hangus dan tidak dibayar. Oleh sebab itu, peneliti melihat bahwa demokratisasi yang dilakukan oleh *Freepik* adalah bentuk upaya untuk menarik minat masyarakat siber supaya bersedia terlibat menghasilkan nilai lebih bagi *Freepik*.

Selain itu, para kontributor noneksklusif melihat prosumsi sebagai aktivitas yang menyenangkan dan kreatif dalam kehidupan individu. Sebuah wilayah kebebasan yang ditentukan bukan oleh produsen dan produk (dan dengan ekstensi oleh "basis" ekonomi) tetapi oleh kreativitas dan kapasitas mereka untuk berbagai interpretasi[26]. Kebebasan untuk memproduksi stok grafis sesuai kapasitas dan kreativitas pribadi menjadi aspek yang diperhitungkan sehingga mereka bersedia terlibat secara aktif menciptakan produk. Hal ini tidak dapat dihindari oleh kontributor noneksklusif sebab ada kebijakan yang mengatur apabila kontributor tidak terlibat secara aktif. Jika itu terjadi, jumlah pengunduh akan menurun. Itu berarti nilai ekonomi yang diperoleh akan menurun.

Oleh karenanya, tuntutan terlibat secara aktif tidak hanya diterapkan oleh kontributor noneksklusif tetapi juga melibatkan *co-contributor* seperti halnya yang diterapkan oleh kontributor eksklusif. Kerja kolektif antara kontributor utama dan *co-contributor* berbanding lurus dengan perolehan pengunduh yang terus meningkat. Ini menjadi bukti bahwa untuk memperoleh banyak pengunduh, kontributor noneksklusif harus terus memproduksi stok grafis. Selain melibatkan *co-contributor*, ada upaya lain yang dilakukan kontributor noneksklusif. Salah satunya ialah meningkatkan *traffic* dengan membagikan tautan stok grafis ke media sosial, komunitas, maupun *platform* lain seperti Pinterest. Praktik ini menandai bahwa peran konsumen dan produsen terlampaui sebab kontributor dalam hal ini berperan sekaligus dalam memasarkan dan mendistribusikan produknya sendiri. Meskipun kontributor noneksklusif berupaya meningkat jumlah pengunduh, hasil kerjanya bukan milik kontributor sepenuhnya karena sebagian kepemilikannya dimiliki oleh pemegang modal (*platform*).

Persaingan antara kontributor juga tidak jarang terjadi. Hal ini berkaitan dengan sistem kerja kontributor noneksklusif yang "dibebaskan" memproduksi berbagai macam stok grafis. *Freepik* juga melanggengkan terciptanya kompetisi antar kontributor dengan membuat sistem *ranking* dan *top's file*. Hal ini lantas menimbulkan persaingan di antara kontributor untuk memproduksi stok sebaik-baiknya dan sebanyak mungkin. Dani, salah seorang kontributor noneksklusif, mengungkapkan bahwa sistem *ranking* dapat berpengaruh pada jumlah pengunduh karena kontributor yang ber-

26 Fisher, 129.

sangkutan akan terpajang di dasbor utama dan masuk etalase *first page*.[27] Hal ini semakin memperjelas bahwa *Freepik* memicu kompetisi antarkontributor noneksklusif untuk mendorong mereka agar memproduksi stok grafis secara terus menerus dengan penawaran rangking dan *top's file.*

Meskipun banyak upaya *Freepik* yang menekan para kontributor noneksklusif dalam kerjanya, para kontributor tetap memilih bertahan. Demikianlah praktik prosumsi yang dilakukan oleh kontributor noneksklusif sebagai *digital labour* dalam kondisi tidak menentu. Hal ini menjadi gambaran bagaimana *platform* digital akhir-akhir ini mengendalikan serta membungkam pekerja digital dengan menggunakan kebijakan *platform* sehingga mereka dapat bekerja di bawah perintah tanpa perlawanan berarti.

c. Kerja Produktif Digital di Freepik

Kapital dan kerja saling berhadapan dalam relasi pertukaran. Tenaga kerja dan kerja dipertukarkan dengan uang. Kerja memiliki kategori luas yang membentuk manusia, mencangkup berbagai wilayah kerja, seperti kerja agraris, kerja bidang informasi, dan kerja industri. Kerja pada *Freepik* termasuk kerja industri yang diatur menggunakan media digital berbasis internet dan web 2.0 sebagai instrumen kerja. Instrumen kerja ini digunakan secara beriringan dengan otak untuk menghimpun pengalaman dan informasi sedemikian rupa sehingga representasi simbolis, relasi-relasi sosial, artefak, sistem-sistem sosial dan komunitas muncul sebagai kualitas baru.[28]

Berkaitan dengan praktik kerja digital, terdapat perbedaan konsep antara kerja digital dan kerja produktif digital. Kerja digital merupakan kerja bebas yang menggunakan media digital untuk menciptakan kerja berkualitas. Kerja produktif digital merupakan kerja yang menggunakan media digital tetapi dibentuk oleh keterasingan empat sisi dari wujud manusia. Merujuk pada pemikiran Marx dalam Fuchs,[29] keterasingan empat sisi tersebut meliputi keterasingan atas: a) dirinya karena kerja dikendalikan oleh kapital, b) instrumen kerja, c) objek kerja, d) produk kerja. Keempat bentuk keterasingan tersebut menciptakan keterasingan terhadap seluruh proses kerja. Keterasingan tersebut disebabkan oleh adanya relasi kelas. Keterasingan tersebut juga menghasilkan eksploitasi atas diri pekerja.

Keterasingan empat sisi juga terjadi di wilayah *Freepik*. Sebagai pekerja digital, kontributor *Freepik* juga mengalami keterasingan empat sisi. Keterasingan tersebut terjadi secara kompleks karena berkaitan dengan dua jenis pekerja yang *Freepik* miliki, yaitu kerja-upahan dan kerja-partisipatoris. Kerja-upahan mengarah pada kontributor eksklusif sementara kerja-partisipatoris merujuk pada kontributor noneksklusif. Dari masing-masing jenis kontributor, relasi kelas berlangsung antara *Freepik* sebagai pihak kapital dan kontributor sebagai pihak pekerja. Hal ini kemudian melahirkan berbagai bentuk eksploitasi yang memeras tenaga kerja kontributor untuk menciptakan nilai lebih. Nilai lebih inilah yang merupakan produk dari kerja produktif para kontributor. Untuk itu, peneliti akan menguraikan bentuk-bentuk keterasingan yang terjadi pada kontributor eksklusif dan noneksklusif dalam praktiknya sebagai *digital labour*.

27 Dani, telepon seluler, 10 Mei 2021.
28 Fuchs, 48.
29 Fuchs dan Sevignani, 24.

d. Kontributor Freepik sebagai pekerja terasing

Keterasingan atas diri pekerja terjadi ketika kerja mengasingkan tubuh manusia dari dirinya, seperti halnya ia mengasingkan sifat-sifat nyata, hakikat spiritualnya, dan keadaannya sebagai manusia.[30] Manusia terasing dari tubuhnya sendiri sebab kapital mengambil alih kendali atas kerja produktif mereka dalam usahanya memenuhi kebutuhan hidup. Kondisi ini ditemukan dalam praktik prosumsi kontributor saat memproduksi komoditas grafis. Pendapat-pendapat yang dilontarkan oleh beberapa pihak sering menyangkal adanya pengasingan. Alasan keterlibatan pengguna sebagai kontributor berdasarkan atas kesukarelaan dan kesadaran memilih untuk terlibat dalam kontribusi, bukan karena paksaan.

Kerja adalah aktivitas yang melibatkan otak dan tenaga untuk meningkatkan kualitas hidup atau dinamakan kerja kualitas. Namun, kerja tidak lagi berkualitas ketika kontributor, dalam relasi pertukaran dengan *Freepik,* menghasilkan produk yang kualitas ekonominya diperoleh mereka tidak sebanding dengan kuantitas kerja yang dilakukan. Untuk menghasilkan kuantitas kerja tersebut, kontributor menggunakan sebagian besar waktunya ke dalam proses produksi sehingga menghasilkan keterasingan atas dirinya dan lingkungan sosialnya. Kontributor diasingkan dari lingkungan sosial sebab tidak memiliki banyak waktu untuk berkegiatan sosial dengan kerabat atau masyarakat di sekitar mereka. Sebagian besar waktu mereka telah digunakan untuk bekerja di depan perangkat digital.

30 Marx, 76.

Hal tersebut sekaligus menyebabkan kontributor terpisah secara fisik dan temporal dari masyarakat sekitar mereka. Kontributor juga diasingkan dari diri sendiri sebab ia tidak memiliki kuasa penuh atas dirinya selama proses kerja. Melalui kerja digital ini pula, selain menciptakan keterasingan, kontributor sekaligus terkurung dalam dunia sosial virtual. Fuchs[31] menyebutnya dengan *activities within bounded* atau aktivitas dalam batasan. Ada tembok yang terbangun antara kerja, diri pekerja, dan relasi sekitar, tembok tersebut adalah dunia virtual. *Freepik* mendominasi lewat kebijakan-kebijakan dan ketentuan *platform* yang mengendalikan kerja kontributor.

Keterasingan berikutnya ialah instrumen kerja-produktif. Dalam *Freepik*, *platform* dan otak pengguna merupakan instrumen kerja-produktif utama. Sementara instrumen penunjangnya adalah piranti digital dan perangkat lunak. Pengasingan pada kasus *Freepik* terjadi pada instrumen kerja-produktif utama, yakni *platform* dan otak kontributor. Otak kontributor diasingkan ketika ideologi-ideologi mengenai citra *Freepik* yang dibingkai secara positif diterima tanpa ada efek negatif yang mengikuti. *Freepik* berupaya untuk menampilkan sisi yang ingin didengarkan oleh para kontributor bahwa *Freepik* adalah *platform* yang banyak memberikan peluang (*opportunity*). Sementara itu, sisi lain yang bermasalah ditutup rapat-rapat dari realitas *Freepik*. Tujuannya ialah agar semakin banyak pengguna yang tertarik bergabung sebagai kontributor sehingga

31 DigiLab, "DigiLabour Summer School - Christian Fuchs - The Marxist Political Economy of Digital Labour", Youtube video, 2:18:30, diakses 14 Juni 2021, https://www.youtube.com/watch?v=VyPnJpOUpLU&t=3534s

semakin banyak pula nilai lebih yang bisa diperoleh. Oleh karena itu, otak kontributor akhirnya diasingkan oleh *platform* seolah tidak diberi kesempatan untuk menghindar dari hal-hal yang berkaitan dengan ideologi *platform* sebagai sosok protagonis maupun objek yang dikerjakan.

Keterasingan terhadap instrumen utama selain otak berkaitan dengan kepemilikan *platform*. Kontributor terasing dari *platform*nya sebab mereka tidak memiliki kuasa ataupun dapat mengendalikan *platform*. Pihak pemilik *platform*, pada titik ini adalah *Freepik,* mengendalikan *platform* secara penuh. Terdapat relasi kelas antara pemilik *platform* dan para kontributor. Kontributor sebagai pihak yang miskin (*poverty*) karena tidak memiliki kuasa terhadap kepemilikan *platform* dan bekerja dengan menciptakan kekayaan yang tidak dimilikinya. Kekayaan menjadi milik *Freepik*. Kemiskinan terhadap kontributor ini merupakan kemiskinan secara politik. Politik mengatur kebijakan *platform* seperti ketentuan kerja, pengalihan hak cipta, pembayaran upah, seleksi kontributor, penggunaan data pribadi, dan ketentuan yang mengikat lainnya. Kontributor tidak memiliki kuasa atas kebijakan-kebijakan tersebut. Oleh karena itu, mereka menjadi terasing atas *platform* sebagai instrumen kerja-produktif yang tidak bisa mereka miliki.

Berikutnya keterasingan dari objek kerja produktif di *Freepik*. Objek kerja produktif tersebut adalah kreativitas kontributor. Kreativitas bagi Plato dan kaum Romantis adalah atribut yang tak terlukiskan dari individu-individu tertentu yang disukai secara misterius—hadiah para dewa[32]. Kreativitas memiliki banyak segi dan dimanifestasikan dengan cara yang berbeda dalam domain yang berbeda serta membutuhkan pengetahuan, motivasi, pengulangan, dan penemuan kombinasi unik. Kreativitas merupakan material kognitif yang menjadi kekayaan atas diri kontributor sebagai sumber daya kerja produktif. Kontributor sebagai subjek yang menghasilkan kreativitas, membutuhkan kebebasan dalam mengolah ide dan berimajinasi untuk menemukan kombinasi unik. Rangkaian proses kreatif ini kemudian menjadi penentu kualitas dari hasil kerja.

Rangkaian proses kreatif tersebut pada kenyataannya mengalami keterasingan. Kontributor kehilangan kendali atas kreativitasnya sendiri karena *Freepik* mendapatkan hak untuk mengontrol proses kreatif menggunakan kebijakan dalam *brief*. Penggunaan *brief* mengontrol secara langsung para kontributor eksklusif. Namun, kontrol kreatif tersebut tidak terjadi secara langsung kepada kontributor noneksklusif sebab tidak ada *brief* yang diberikan selama proses kerja. Lantas, seperti apa bentuk kontrol tidak langsung yang terjadi? Ketika memutuskan berkontribusi sebagai penghasil stok grafis, kontributor dituntut beradaptasi baik pada kultur yang ada di *Freepik* maupun artefak yang ada di dalamnya. Adaptasi ini dilakukan agar produk kreatif yang dihasilkan memiliki kualitas visual yang sama dengan stok grafis lainnya. Tergantung pada situasi, adaptasi dapat menghambat kreativitas atau mendukungnya. Dalam beberapa kasus, adaptasi berarti menyesuaikan diri secara ketat dengan lingkungan yang membatasi dan menghambat kreativitas.[33]

32 Mitchell J. William, dkk., *Beyond Productivity: Information Technology, Innovation, and Creativity* (Washington D.C.: The National Academies Press, 2003), 17.

33 Mark A. Runco dan Steven R. Pritzker, *Encyclopedia of Creativity* (Cambridge: Academic Press, 1999), 9.

Istilah "adaptasi" berasal dari bahasa Latin *adaptare*, yang berarti "menyesuaikan". Praktik ini juga diartikan sebagai penyesuaian—kesesuaian, persetujuan, kepatuhan, atau ketundukan pada lingkungan atau situasi.[34] Adaptasi menyarankan sesuatu yang berbeda; yaitu individu bertindak pada lingkungan untuk memodifikasi, mengubah, menerjemahkan, atau mentransformasikan sesuatu. Berdasarkan data praktik prosumsi yang telah diperoleh, praktik adaptasi dari referensi melalui riset telah menjadi hal mendasar dalam proses prosumsi para kontributor eksklusif dan noneksklusif yang bersifat pasti karena mereka sebenarnya mendapat pemaksaan kreativitas yang terbangun. Kontributor noneksklusif terlihat seolah memiliki kebebasan untuk memproduksi berbagai macam karya grafis tetapi kebebasan tersebut menjadi semu. Hal itu dikarenakan adanya penyesuaian-penyesuaian yang terpaksa dilakukan para kontributor noneksklusif. Melalui hal tersebut, pada kenyataannya kontributor sebagai pemilik kreativitas justru diasingkan dari kreativitasnya sendiri. Kreativitas tidak lagi cair melainkan dibatasi. Akibat dari keterasingan tersebut, kontributor eksklusif dan noneksklusif tidak punya kendali terhadap kreativitasnya sendiri.

Lebih lanjut, kontributor eksklusif dan noneksklusif ada yang melibatkan *co-contributor* dalam kerja produktifnya. Pelibatan *co-contributor* lantas memicu keterasingan menjadi berlipat. Hal ini berkaitan dengan kerja kolektif. Merujuk pada pemikiran Marx, *co-contributor* dapat dikategorikan sebagai pekerja kolektif atau seorang "pekerja gabungan" yang kegiatan gabungannya menghasilkan sebuah produk gabungan secara material.[35] Produk gabungan tersebut mengubah tenaga kerja gabungan menjadi akumulasi kapital. Melalui kerja gabungan ini, *co-contributor* bekerja di bawah kontributor utama. Kemudian kontributor utama mengontrol kerja kreatif para *co-contributor*. Akhirnya, kontrol menjadi berlipat dan pengasingan terjadi berlipat atas diri *co-contributor*. Demikianlah keterasingan objek kerja-produktif yang terjadi dalam *Freepik*.

Selanjutnya, mengenai keterasingan atas hasil produk kerja-produktif, Fuchs menyebutkan bahwa manusia adalah makhluk produsen yang memproduksi sumber daya fisik dan ide.[36] Diambil alihnya hasil kerja kontributor sebagai produsen karya kreatif yang menggunakan ide (kreativitas) sebagai objek produksi, menjadikan kontributor terasing dari produknya sendiri. Keterasingan terjadi di kedua kategori kontributor. Keterasingan pada kontributor eksklusif terlihat jelas ketika kontributor eksklusif tidak diizinkan menggunakan karyanya terkait untuk keperluan apapun tanpa seizin *Freepik*. Menurut aturan dalam *Terms and Conditions*, kontributor eksklusif merupakan kontributor yang dibayar dengan sistem beli-putus. Marx menyebutnya sebagai pekerja upahan. Upah yang diperoleh lantas membangun relasi pertukaran yang menandakan beralihnya kepemilikan karya kontributor menjadi milik *Freepik*. Pada kenyataannya, tuntutan kapital berbanding terbalik dengan upah yang diterima para kontributor eksklusif. Di tengah tingginya kualifikasi ideal *Freepik*, kontributor eksklusif diberi upah sebesar €9,86 untuk setiap produk yang dihasilkan melalui berbagai upaya dan jerih payahnya. Upah tersebut tidak seberapa bila diban-

34 Runco dan Pritzker, 11.

35 Fuchs, *Digital Labour and Karl Marx*, 37.

36 Fuchs dan Sevignani, 13.

dingkan dengan hak kepemilikan yang diperoleh *Freepik*. Kontributor eksklusif hanya mendapatkan pembayaran satu kali untuk karyanya sedangkan *Freepik* memperoleh keuntungan yang berlipat dari karya terkait secara berulang-ulang. Kontributor eksklusif pada posisi ini menjadi *absolute poverty*[37] (si miskin yang absolut). Setelah relasi pertukaran terjadi, kontributor eksklusif tidak lagi memiliki karya-karya terkait. Oleh karenanya, kontributor eksklusif menjadi terasing akibat produk kerja-produktif mereka.

Pengasingan produk kerja-produktif juga terjadi pada kontributor noneksklusif. Bila kontributor eksklusif melakukan relasi pertukaran dengan sistem beli-putus, kontributor noneksklusif melakukan pertukaran berdasarkan unduhan. Dalam pertukaran yang terjadi, produk kerja-produktif tidak sepenuhnya menjadi milik *Freepik*. Sebagian masih menjadi milik kontributor noneksklusif. Hal tersebut terjadi karena upah yang diperoleh kontributor noneksklusif tidak memiliki jangkar stabilitas. Artinya, besaran yang diperoleh bersifat fluktuatif dan tidak menentu. Dalam keadaan spekulatif, kontributor noneksklusif dipaksa memberikan hak kepemilikan karyanya pada *Freepik*. Hal ini sudah diatur dalam *Terms and Conditions* yang menyatakan bahwa lisensi karya-karya yang telah terunggah ke dalam *platform* menjadi milik *Freepik*. *Freepik* berhak untuk melakukan berbagai tindakan seperti penggandaan atau penyebarluasan karya tanpa memberikan *royalty* lanjutan kepada kontributor noneksklusif di luar upah yang telah diberikan.[38] Pada akhirnya, keterasingan menjadi jelas terlihat ketika kontributor noneksklusif tidak memiliki hak untuk menuntut *Freepik* atas tindakan yang dilakukan *Freepik* terhadap karya mereka. Begitulah cara kerja kapital yang menciptakan pengasingan antara kontributor dan hasil kerja-produktifnya.

e. Valorisasi Melalui Watak Ganda Kerja-Produktif Di Freepik

Kerja produktif memiliki watak ganda. Menurut pendapat Marx, kapitalisme kerja-produktif secara bersamaan memiliki dimensi abstrak dan konkret: ia menciptakan nilai dan nilai-guna.[39] Nilai guna diciptakan dari kategori esensial yang terdiri dari kerja (*work*), nilai guna, kerja konkret, proses kerja, dan kebutuhan kerja. Sementara nilai diciptakan dari kategori historis yang terdiri dari kerja (*labour*), nilai tukar, kerja abstrak, proses kerja valorisasi, dan kerja lebih. Hal tersebut berarti bahwa kontributor bekerja menghasilkan nilai guna yang bertujuan memenuhi kebutuhan stok grafis pengguna. Maka dapat dikatakan bahwa desainer grafis dan fotografer sekaligus menghasilkan nilai atau laba moneter bagi kapital *Freepik*.

Freepik mengendalikan data diri kontributor, melakukan pengawasan, memaksa kontributor menghasilkan stok grafis berkualitas, mengambil alih lisensi, dan mendapatkan hak milik stok grafis melalui pertukaran ekonomi yang tidak sebanding. Data diri dan stok grafis yang dihasilkan kontributor merupakan nilai guna. *Freepik* menggunakan nilai guna tersebut sebagai komoditas untuk

37 Merujuk pada pernyataan Fuchs (2019) dalam DigiLab, "DigiLabour Summer School - Christian Fuchs - The Marxist Political Economy of Digital Labour", Youtube video, 2:18:30. Diakses 14 Juni 2021, https://www.youtube.com/watch?v=VyPnJpOUpLU&t=3534s

38 Dalam *Terms and Conditions* contributor non eksklusif bagian lisensi. Freepikcompany, "Licenses". Diakses 14 Juni 2021, https://contributor.*Freepik*.com/first-steps

39 Fuchs, 257.

dijual ke pengiklan dan pasar sehingga menghasilkan nilai. Nilai guna merupakan hasil dari kerja konkret dan nilai merupakan hasil dari kerja abstrak.

Menurut pemaparan Fuchs dalam bukunya yang berjudul *Digital Labour and Karl Marx*[40], kerja konkret adalah aktivitas yang berorientasi pada kualitas untuk memenuhi kebutuhan. Sebaliknya, kerja abstrak memiliki besaran nilai yang berdasarkan dari kuantitas kerja. *Freepik* ingin agar kontributor menghasilkan produk yang berkualitas sebanyak-banyaknya per unit waktu dalam sehari. Sementara waktu lebih yang digunakan untuk mengerjakan stok grafis adalah nilai surplus bagi kapital. Dengan kata lain, semakin banyak waktu yang digunakan kontributor baik dalam *platform* maupun kerja maka semakin tinggi nilai yang dihasilkan.

Berbeda dengan kerja konkret yang menghasilkan nilai guna. nilai guna tenaga kerja ialah kapabilitas pekerja untuk mengimplementasikan kerja dalam proses produksi yang hasilnya terwujud dalam komoditas baru. Dalam *Freepik*, kontributor menghasilkan nilai guna berupa stok grafis seperti *template*, ilustrasi, ikon, logo, info grafik, dan foto. Masing-masing dari stok tersebut memberikan manfaat bagi penggunanya. *Template,* misalnya, berfungsi untuk keperluan konten pemasaran, komunikasi, dan lain sebagainya. Produk tersebut biasanya digunakan di media sosial atau blog. Ilustrasi juga demikian. Menurut Wigan, ilustrasi adalah alat komunikasi visual dan gambar yang membangun makna; serta dpat menyampaikan ide, narasi, pesan, dan emosi kepada audiens, pembaca, dan pengguna tertentu.[41] Oleh karenanya, ilustrasi memiliki manfaat nilai guna untuk pemenuhan konten berbagai kebutuhan komunikasi visual. Lebih lanjut lagi, menurut Wigan, dasar dari proses ini adalah ekspresi kreatif pribadi, kesenangan dan kenikmatan dari pembuatan gambar kreatif dan interpretasi kata-kata atau ide-ide ke dalam gambar. Semestinya demikianlah sistem kerja menjadi berkualitas. Pada kenyataannya, bentuk kerja yang demikian bukanlah ciri khas dari jenis produksi kapitalis. Ada ciri khas dari watak nilai guna dalam bentuk produksi kapitalis. Bila kerja konkret yang seharusnya memberikan kesejahteraan bagi pekerjanya, kerja konkret di *Freepik* untuk menghasilkan nilai guna justru menjadi eksploitatif. Kerja menghasilkan nilai guna tetapi tidak diikuti dengan nilai tukar yang sepadan.

Nilai guna dan nilai tukar di *Freepik* tercipta secara tidak seimbang. Kreativitas sebagai nilai guna adalah sumber daya yang mahal dan tidak dapat digantikan oleh mesin. Kreativitas merupakan kekayaan intelektual seorang manusia. Adanya pertukaran yang tidak sebanding menyebabkan kontributor yang tidak lagi memiliki kekayaan tersebut justru menjadi miskin karena dia berada di dalam kelas pekerja yang diperah sedemikian rupa. Pemerahan dapat dilihat ketika kontributor yang dibayar murah dituntut merevisi produk apabila ada kekurangan sampai produk itu mencapai nilai kualitas yang diinginkan *Freepik*. Ketidaksepadanan inilah kemudian yang menjadi nilai bagi *Freepik*.

Nilai pada *Freepik* terwujud melalui kerja lebih (penciptaan kualitas) dan banyaknya waktu yang digunakan oleh kontributor dalam proses kerja (baik dalam *platform* maupun aktivitas penciptaan). Semakin tinggi penciptaan kualitas suatu produk dan semakin banyaknya

40 Fuchs, 257.

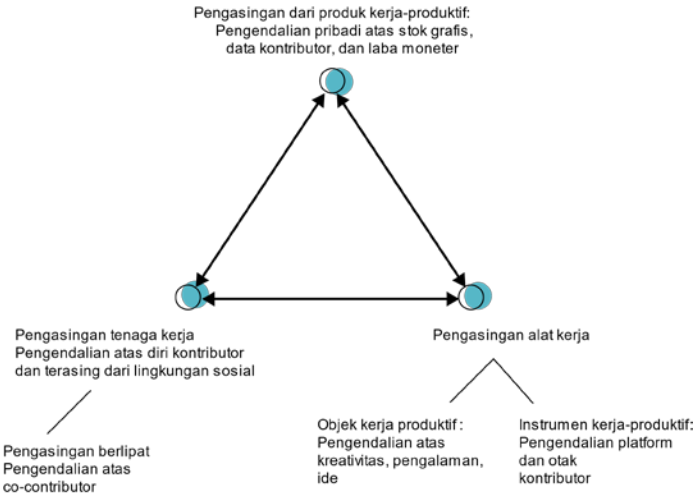
41 Mark Wigan, *Basics Illustration 03: Text and Image* (London: Bloomsbury Academic, 2008), 6.

waktu yang digunakan kontributor dalam untuk bekerja, nilai yang diciptakan juga semakin lebih banyak. Perihal penciptaan kualitas, sudah jelas mengapa itu bisa menciptakan nilai lebih. Lalu bagaimana dengan banyaknya waktu kerja yang digunakan? Mengapa bisa melahirkan nilai lebih bagi *Freepik*? Diketahui bahwa *Freepik* memperoleh akumulasi modal melalui kuantitas stok grafis yang diproduksi. Di sejarah ekonomi-politik klasik, kategori kuantitas memainkan peran sentral. Hal ini menyebabkan kontributor berlomba-lomba untuk memproduksi stok grafis sebanyak mungkin.

Demikianlah valorisasi dari kerja konkret yang menghasilkan nilai guna dan kerja abstrak yang menghasilkan nilai oleh kontributor *Freepik* sebagai watak ganda kerja produktif. Kerja adalah satu-satunya syarat produksi yang mampu menciptakan nilai baru. Mereka menghasilkan kualitas sekaligus kuantitas. Melalui kerja konkret dan kerja abstrak tersebut, terciptalah ekspliotasi atas diri kontributor. Eksploitasi terjadi secara langsung dan akan selalu berjalan bersamaan dengan rangkaian pemaksaan, kerja terasing, dan diambil alihnya kepemilikan hasil produksi para kontributor.

f. Lahirnya Eksploitasi Melalui Rahim Kerja-Produktif

Freepik kaya akan stok grafis yang diperoleh dari para kontributornya. Sehingga, *platform* ini menjadi perusahaan *Microstock* raksasa yang paling popular di kalangan desainer grafis dan memiliki banyak anak perusahaan. Kekayaan *Freepik* tercipta melalui kerja produktif yang dikerjakan kontributornya secara suka rela. Kontributor seolah bisa mendapatkan kekayaan dengan menciptakan nilai ekonomi menggunakan *platform* tersebut. Sayangnya, mereka justru memperoleh kemiskinan. Kemiskinan kontributor tersembunyi di balik proses produksinya, yang meliputi kemiskinan atas kreativitas sebagai hak kekayaan intelektual, kemiskinan atas lisensi karya, dan kemiskinan atas upah produk kerja. Ketidakberdayaan kontributor dalam kendali atas *means of production* inilah



Gambar 1. Pengasingan kerja-produktif *Freepik*. Diadaptasi dari Fuchs (2014)

yang kemudian menciptakan kemiskinan berlapis.

Kemiskinan berlapis-lapis para kontributor adalah sumber kekayaan daring yang dirampas oleh *Freepik*. *Freepik* merampas kekayaan para kontributor sedangkan kondisi kontributor dibiarkan tanpa adanya kesejahteraan dan tanpa kepastian akan stabilitas. Menjadi masuk akal mengapa mereka disebut sebagai pekerja prekariat. Pekerja rentan yang tidak memiliki kendali atas kekayaannya sendiri.

Kekayaan yang dieksploitasi tersebut ialah lisensi atau hak guna karya. Berdasarkan temuan data melalui *Terms and Conditions*, *Freepik* berhak mengeksploitasi stok-stok grafis yang telah diunggah. Iming-iming uang €9.86 per unit stok bagi kontributor eksklusif dan €0,10 per unduhan bagi kontributor noneksklusif menjelaskan rendahnya nilai tukar yang diperoleh kontributor. Upah tersebut berlaku tidak terbatas pada letak geografis suatu negara. Oleh karenanya, produk juga mencerminkan relasi sosial dari produsen pada seluruh jumlah kerja produktif sebagai relasi sosial di antara objek; sebuah relasi yang hadir terpisah dari dan berada di luar si produsen.[42]

Eksploitasi berlanjut pada waktu kerja kontributor, yakni waktu lebih yang digunakan untuk memproduksi stok grafis di luar waktu kerja normal. Banyaknya waktu yang digunakan kontributor saat mengakses web *Freepik* juga termasuk di dalamnya. Menurut perspektif Fuchs mengenai waktu kerja pekerja digital, waktu kerja sangat penting bagi kapitalisme karena tenaga kerja diatur sebagai komoditas dan oleh karena itu setiap detiknya kerja membutuhkan uang.[43] Inilah alasan mengapa kapital berkepentingan untuk membuat pekerja bekerja selama mungkin dengan upah sesedikit mungkin dan membuat mereka bekerja seintensif mungkin. Sehingga bisa memperoleh keuntungan setinggi mungkin (merupakan hasil dari waktu kerja yang tidak dibayar).[44] Semakin banyak waktu yang digunakan maka semakin banyak produk yang bisa dihasilkan. Bekerja di industri media digital sering dikonstruksikan sebagai kerja yang santai, waktu kerja yang bebas, kreatif, dan egaliter. Pada realitas sehari-harinya, pekerja digital sering dihadapkan pada stres akibat tuntutan target produk yang harus dihasilkan, pendapatan rendah, dan menjadi terasing (tersekat dari dunia nyata). Hal tersebut sama dengan yang dinyatakan oleh para informan bahwa mereka menggunakan waktu lebihnya untuk bekerja hingga lebih dari delapan jam sehari meskipun mereka bebas menentukan jadwal kerja. Bahkan, mereka sering menggunakan waktu akhir pekan mereka untuk bekerja.[45]

Kondisi ini dialami oleh kontributor eksklusif yang merupakan pekerja-upahan (bertarget) dan kontributor noneksklusif yang merupakan pekerja partisipatoris (tidak bertarget). Keduanya sama-sama menggunakan waktu kerja lebih untuk bisa memproduksi produk sebanyak-banyaknya. Oleh sebab itu, waktu kerja lebih menjadi waktu kerja produktif. Sistem upah kerja digital dalam *Freepik* tidak memedulikan berapa pun waktu kerja yang digunakan oleh para kontributor karena perhitungan upah terletak pada jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan. Akibatnya, waktu kerja lebih yang digunakan para kontributor tidak dibayarkan. Model upahan berdasarkan jumlah produk atau

42 Marx, 164.

43 Fuchs dan Sevignani, 54.

44 Fuchs, 6.

45 Salma, Aprilia, Syafiq, dan Dani, telepon seluler 10 Mei 2021.

proyek adalah model upah yang marak digunakan oleh berbagai *platform* yang menuntut pekerja untuk bekerja produktif. Hal itu yang kemudian disebut Fuchs sebagai d*igital labour*, pekerja digital yang rentan akan eksploitasi, termasuk eksploitasi waktu kerja lebih.

Selain itu, bukan hanya waktu lembur yang tidak dibayar sebagai seorang pekerja, kontributor juga tidak mendapatkan jaminan sosial apa pun. Menurut *International Labour Organisation,*[46] pada dasarnya jaminan sosial merupakan perlindungan yang diberikan kepada para anggota (kerja) melalui serangkaian tindakan publik terhadap tekanan ekonomi dan sosial yang sebaliknya akan disebabkan oleh penghentian atau pengurangan substansial pendapatan akibat sakit, bersalin, kecelakaan kerja, cacat, usia tua dan kematian; penyediaan perawatan medis; dan pemberian subsidi bagi keluarga yang memiliki anak. Dalam konteks ini, istilah 'jaminan sosial' menyiratkan tujuan ideologis untuk memastikan dan memelihara perlindungan semua manusia dari ketidakamanan ekonomi dan mengakui pentingnya keinginan semua manusia untuk merasa aman dengan mengetahui bahwa perlindungan tersebut ada. Tujuan dari jaminan sosial adalah untuk memberikan perlindungan sosial dan untuk membantu stabilitas ekonomi bagi individu ketika kapasitas mereka untuk memperoleh pendapatan ekonomi terancam baik oleh keadaan di luar kendali mereka atau oleh kontinjensi yang dapat diperkirakan seperti pensiun. Sayangnya, jaminan sosial tersebut tidak bisa diperoleh di banyak tempat kerja produktif digital di ruang web 2.0 termasuk *Freepik*. Kontributor tidak memiliki jaminan apapun terkait kerja mereka. Ini merupakan eksploitasi yang paling umum dialami oleh pekerja digital prekariat (d*igital labour*).

Dalam kasus penelitian ini eksploitasi tidak hanya terjadi kepada para kontributor utama tetapi juga kepada *co-contributor*. Pelibatan tenaga kerja *co-contributor* ini terjadi dikarenakan ketidaksanggupan kontributor utama untuk memproduksi stok grafis secara mandiri. Hal tersebut dipengaruhi oleh tingginya tuntutan kapital baik dalam dimensi kualitas maupun kuantitas. Dalam hal upah, kontributor utama membagi akumulasi upah kepada *co-contributor*. Dengan cara itu, eksploitasi yang terjadi pada *co-contributor* justru lebih tinggi. Hal itu terjadi karena mereka hanya memperoleh upah secara parsial dari nilai tukar sebenarnya. Bahkan, tidak jarang pembagian yang diperoleh kurang dari setengahnya. Sehingga, eksploitasi kerja produktif pada *co-contributor* menjadi berlipat.

Selain bentuk eksploitasi yang telah dipaparkan, ada juga beberapa program *Freepik* di luar aktivitas kerja utama sebagai penghasil stok grafis. Program-program tersebut merupakan upaya yang dibangun pihak *Freepik* untuk memanfaatkan lebih banyak tenaga kerja kontributor. Program *Freepik Essential Account* termasuk salah satu program kerja lebih yang melakukan eksploitasi berlebih kepada para kontributor. *Freepik Essential Account* merupakan kategori akun seperti akun eksklusif dan noneksklusif.

Kategori *Essensial Account* menggunakan model campuran (*mixed*) antara eksklusif dan noneksklusif. Stok grafis yang diproduksi oleh kontributor model ini terbagi menjadi dua jenis produk,

46 "International Labour Standards on Social Security", International Labour Organization. Diakses 10 Mei 2021, https://www.ilo.org/global/standards/subjects-covered-by-international-labour-standards/social-security/lang--en/index.htm

yakni produk berbayar (premium) dan produk gratis. Produk berbayar akan mendapatkan upah melalui sistem *pay per download*. Pihak *Freepik* tidak memberikan upah bagi kontributor terhadap produk gratis mereka, baik royalti maupun pembayaran per unduhan. Nilai tukar yang dijanjikan oleh *Freepik* bukan dalam bentuk upah melainkan konektivitas. Menurut *Freepik*, konektivitas ini baik untuk peningkatan jumlah pengunduh dan pengikut (*follower*). Lebih lanjut, menurut klaim *Freepik*, meningkatnya jumlah pengunduh dan pengikut berimplikasi pada meningkatnya citra diri kontributor. Oleh karenanya, *Freepik* akan mempromosikan kontributor yang bersedia bergabung dalam program ini kepada para pengguna yang berperan sebagai konsumen dari stok grafisnya. Kontributor terkait akan dipajang di *first page* dan muncul di banyak rekomendasi pencarian.

Di era informasi dan teknologi ini, konektivitas merupakan suatu hal yang mendasar dan penting dalam kehidupan masyarakat siber yang saling terhubung melalui jaringan internet dan menjadi masyarakat jaringan. Menurut Castells, masyarakat jaringan terbentuk dan disebarkan oleh kekuatan yang tertanam dalam jaringan global modal, barang, jasa, tenaga kerja, komunikasi, informasi, ilmu pengetahuan dan teknologi.[47] Kontributor sebagai tenaga kerja lepas yang memanfaat internet sebagai penopang aktivitas ekonominya tentu membutuhkan konektivitas untuk terhubung dengan pengguna jasa di luar *Freepik*. Oleh karena itu, *Freepik* sebagai kapital yang memiliki kendali atas koneksi menawarkan hal tersebut sebagai pengganti nilai ekonomi.

Selanjutnya adalah mengenai program *Freepik* yang mengeksploitasi kontributor melalui program *Freepik Brand Ambassador*. Kotler **menyatakan** bahwa iklan dan publisitas akan menghasilkan hasil terbesar dalam tahap pengenalan suatu produk; tugas mereka adalah membangun kesadaran dan minat konsumen.[48] Melalui program *Freepik Brand Ambassador* inilah *Freepik* memanfaatkan kontributornya untuk menjadi pelaku pemasaran.

Peran para kontributor sebagai *Brand Ambassador* seolah mengaburkan relasi kelas antara pekerja dan pihak kapital sehingga terlihat seperti mitra kerja. Pada kenyataannya, hal ini tidak lebih dari sekadar eksploitasi tenaga kerja agar mereka secara suka rela melakukan kerja lebih untuk menghasilkan nilai surplus. Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa biaya pemasaran tidaklah sedikit. Untuk itu, *Freepik* menggunakan siasat guna memotong biaya pemasarannya, yakni dengan memanfaatkan peran *Brand Ambassador*. Siasat ini tentu memiliki pengaruh yang cukup signifikan bagi *Freepik*. Kotler menerangkan bahwa pemasaran perlu citra dan emosional untuk memenangkan pangsa pikiran dan hati pelanggan.[49] Keberadaan *Brand Ambassador* tersebut seolah mewakili testimoni para kontributor sehingga dapat menciptakan pemasaran yang lebih emosional karena diwakili oleh kelas yang sama, yakni kelas pekerja.

Selain peran *Brand Ambassador* yang menciptakan pemasaran yang lebih emosional, *Freepik* juga membuat program *Freepik Referral*. Program ini adalah program yang bertujuan untuk menjaring lebih banyak pengguna un-

47 Catur Nugroho, *CYBER SOCIETY: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi,* (Jakarta: Prenada Media, 2020), 44.

48 Philip Kotler, *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know* (New Jersey: John Wiley & Sons, 2003), 110.

49 Kotler, 76.

tuk terlibat sebagai kontributor *Freepik*. Bedanya terletak pada sejumlah insentif yang ditawarkan. Dalam program ini, kontributor ditantang untuk merekrut lebih banyak kontributor. Apabila berhasil, *Freepik* akan memberikan upah sebesar 10% untuk setiap kontributor yang berhasil lolos seleksi dan program ini berlaku selama satu tahun. Oleh karenanya, program *Freepik Referral* turut menciptakan eksploitasi terhadap kontributor meskipun ada nilai tukar yang ditawarkan. Tetapi, upah yang ditawarkan tidak sebanding. Mengapa? Eksploitasi tercipta sebab program ini lagi-lagi termasuk program yang berwatak spekulatif. Kontributor memang ditawari sejumlah upah tetapi ada ketentuan dan syarat yang berlaku. Satu persyaratannya adalah bahwa calon kontributor yang direkrut harus lolos seleksi terlebih dahulu. Apabila mereka tidak lolos, kontributor yang menjaring tidak akan memperoleh apa pun. Padahal ada tenaga yang digunakan dalam usaha perekrutan tersebut. Sehingga, dapat dilihat bahwa kontributor dieksploitasi untuk melakukan *networking* karena dapat dikatakan bahwa model program ini serupa dengan model *multi level marketing* (MLM). Mempekerjakan kontributor bukan hanya sebagai produsen produk, Tetapi juga menjadi agen yang mempromosikan *Freepik* untuk menjaring lebih banyak kontributor. Dengan demikian, kontributor melampaui prosumsi.

Berdasarkan paparan mengenai eksploitasi di atas, diketahui bahwa peran kontributor ternyata melampaui prosumsi sebagai pekerja digital. Bukan hanya eksploitasi dengan upah yang rendah dan tidak ada jaminannya sosial atau kompensasi apa pun, kontributor juga dieksploitasi untuk memainkan peran sebagai agen penyebar narasi yang berfungsi membangun citra *Freepik* secara emosional di tengah kelimpahan tenaga kerja *crowdsourcing*. *Freepik* menggunakan berbagai siasat untuk meningkatkan kekayaannya. Selain dari komoditi stok grafis, eksploitasi peran yang melampaui prosumsi tersebut juga akhirnya menjadi sumber kekayaan bagi *Freepik*.

Kondisi eksploitasi yang terjadi bukan berarti tanpa kesadaran dari para kontributor. Permasalahan atas langgengnya praktik eksploitasi yang berlangsung terletak pada penerimaan para kontributor untuk dieksploitasi. Hal tersebut dipengaruhi oleh dimensi estetika pekerjaan yang memberikan sedikit kendali atau kekuasaan pada tingkat proses penciptaan karya dan dimensi estetika ini sering mengaburkan apa yang mungkin terasa sangat *exploitative*. Hal itu memunculkan bentuk persetujuan parsial. Merujuk pada pemikiran Siciliano yang menjelaskan bahwa dalam kasus ini, pekerja sebetulnya mengetahui dan memahami keadaan ekonomi mereka tetapi pekerjaan terasa sangat menarik, dinamis, dan sering menyenangkan[50] karena berkaitan dengan kerja spasial yang melibatkan dimensi estetika. Hal itu menimbulkan dorongan bagi kontributor untuk terus melakukan kerja produktif.

Eksploitasi juga diterima sebagai sesuatu yang wajar; sesuatu yang sudah selayaknya terjadi. Hal seperti ini muncul sebab relasi kerja di antara *Freepik* dan kontributor membangun ideologi bahwa demikianlah seharusnya manusia bekerja. Kapital sudah "bermurah hati" menyediakan tempat bagi kontributor untuk menyalurkan hobi dan kerja kreatif. Dari situ, muncullah watak berhala, watak yang disebut oleh Fuchs sebagai pemujaan terbalik. Alih-alih mempermasalahkan upah yang tidak sepadan de-

50 Siciliano, 27.

ngan kerja produktif, kontributor justru memuja *Freepik* sebagai *platform* yang menyediakan *means of production* bagi kontributor secara cuma-cuma. Oleh karenanya kontributor tunduk dan perlu mematuhi aturan- **aturan** yang ada. Tidak semua kontributor melakukan pemujaan tersebut. Namun, bukan berarti sedikit pula kontributor yang melakukan pemujaan.

g. Komunitas Virtual Kontributor, Solidaritas atau Penjagaan loyalitas?

Saat ini kita hidup dengan budaya siber, budaya yang tercipta akibat konvergensi media; dari luring menjadi daring. Menurut Pierre Levy budaya *siber* mewujudkan universalitas baru yang tidak didasarkan pada kebebasan penandaan tetapi dibangun dan diperluas dengan menghubungkan pesan melalui komunitas virtual; memprovokasi pembaruan makna dan kinerja kecerdasan kolektif secara terus-menerus, yang mana orang-orang berbagi keahlian masing-masing untuk mencapai tujuan dan sasaran bersama. Komunitas virtual tersebut merupakan ruang-ruang sosial yang tercipta dalam dunia siber yang memiliki tujuan tertentu.

Meskipun kontributor merasa mendapatkan manfaat dari komunitas tersebut, pada kenyataannya ada agenda terselubung di balik keberadaan komunitas virtual tersebut, baik di *Facebook* maupun *Whatsapp*. Pada kenyataannya, solidaritas yang ada bersifat semu. Sebuah komunitas virtual didirikan salah satunya adalah karena adanya perasaan yang sama. Solidaritas yang terbangun dikarenakan perasaan mengalami ketertindasan yang sama. Williams juga menyebutnya "pengalaman isolasi, keterasingan".[51] Hal tersebut mengisyaratkan bahwa perasaan keterasingan dapat menjadi bagian dari struktur perasaan kelas tertentu. Hal ini sesuai dengan yang ada terhadap komunitas virtual baik di *Facebook* maupun *Whatsapp,* yang bukan tercipta untuk saling menyadarkan satu sama lain tetapi justru grup ini dibangun sebagai penjagaan loyalitas. Bila ada yang mengeluh, yang lainnya menguatkan. Begitu seterusnya. Penjagaan semakin terlegitimasi dengan hadirnya salah satu *art director Freepik* di grup *Facebook*, bernama Rosalía Vázquez. Kehadiran pihak *Freepik* dalam sebuah komunitas virtual kontributor patut dicurigai karena mereka bertujuan untuk mengawasi dan mengontrol pergerakan dalam komunitas virtual apabila terjadi suatu permasalahan yang mengarah pada kericuhan atau tindak protes lainnya.

h. Penyebab Desainer Grafis Bergabung Dalam Prosumsi di Freepik

Dari data yang berhasil dihimpun, setiap kontributor *Freepik* memiliki alasan berbeda yang menjadi penyebab motivasi keterlibatan mereka di *Freepik*. Ditemukan satu kesamaan yang tampak pada hampir semua desainer yang berkontribusi di *Freepik*, yakni penawaran finansial yang dinilai cukup menggiurkan. Selain keuntungan finansial, ada pula keuntungan lain. Keuntungan tersebut berupa kebebasan tempat kerja, waktu yang fleksibel, kemandirian dalam mengerjakan, arena penyaluran hobi dan aktualisasi diri, wadah untuk membangun konstruksi identitas desainer, hingga sebagai investasi digital. Berbagai pandangan tersebut menjadi faktor munculnya dorongan bagi desainer grafis untuk bergabung sebagai kontributor *Freepik*.

51 Raymond Williams, *Culture and Society* (Harmonndsworth: Penguin, 1961), 307.

Faktor yang menyebabkan adanya pandangan kontributor bahwa *Freepik* merupakan *platform* yang protagonis terbentuk dari pembingkaian positif yang dilakukan oleh para *Freepik Contributor Ambassador* serta dari publikasi atau resensi yang dibagikan kontributor *Freepik* lainnya baik di ruang diskusi, media sosial, atau YouTube. Akhirnya, publikasi dan resensi tentang *Freepik* tersebut menjadi testimoni positif yang mendorong minat desainer grafis untuk bergabung. Hal ini dibenarkan oleh Aprilia, salah seorang informan yang berkontribusi sebagai kontributor eksklusif. Aprilia mengatakan bahwa dia memperoleh informasi mengenai *Freepik* dari forum diskusi virtual desainer grafis Indonesia yang ia ikuti.

Mengenai masalah upah, empat dari enam informan mengakui bahwa meskipun upah yang diperolah kurang sebanding dengan upaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, tidak membenamkan dorongan desainer grafis untuk menjadi kontributor. Hal ini dikarenakan para kontributor umumnya bekerja di lebih dari satu *platform*. Dengan kata lain, *Freepik* merupakan salah satu dari sekian *platform* digital yang digunakan oleh kontributor untuk mengumpulkan upah lebih banyak. Kondisi ini sesuai dengan pemaparan Fuchs bahwa di era digital saat ini, pekerja digital cenderung bekerja di beberapa *platform* sebab rendahnya upah yang diperoleh dari suatu *platform*.[52] Tawaran upah yang diberikan *Freepik* juga lebih tinggi dibandingkan dengan *platform Microstock* sejenisnya. Oleh karena itu, *Freepik* menjadi salah satu *platform Microstock* yang paling diminati oleh para desainer grafis kontemporer.

D. Kesimpulan

Demikianlah *Freepik* sebagai pemilik kapital yang memanfaatkan kontributor dalam relasi kerja untuk memperoleh laba moneter sebanyak-banyaknya. Melalui penawarannya atas kebebasan kerja dan negosiasi kemudian menjadi demokratisasi atas kontrol yang terjadi pada kontributor. Kontributor tidak hanya memperoleh nilai tukar yang rendah tetapi juga diberikan ilusi kebebasan yang memerangkap mereka dalam kerja produktif digital di dalam *Freepik*. Teknologi yang semakin berkembang bukan tidak mungkin akan menciptakan ekploitasi yang lebih kompleks di masa mendatang. Oleh karena itu, penting bagi kontributor agar secara lebih kritis melihat posisinya dalam praktik prosumsi dan relasi kerja di dunia *Microstock* yang penuh dengan tawaran-tawaran ilusi lainnya. •

Daftar Pustaka

Bate, S. P. "Whatever Happened to Organizational Anthropology? A Review of the Field of Organizational Ethnography and Anthropological Studies", *Human Relations* 50 (1997): 1147–1175.

Fisher, Eran. *Media And New Capitalism In The Digital Age: The Spirit Of Networks*. London: Palgrave Macmillan, 2010.

Fraysse, Olivier dan Mathieu O'Neil. *Digital Labour and Prosumer Capitalism*. London: Palgrave Macmillan, 2015.

Freepikcompany. "Be a Part of Something Special". Diakses 19 Februari 2021, https://www.freepikcompany.com/jobs

52 "DigiLabour Summer School - Christian Fuchs - The Marxist Political Economy of Digital Labour", Youtube video, 2:18:30, diakses 14 Juni 2021, https://www.youtube.com/watch?v=VyPnJpOUpLU&t=3534s

Freepikcontributor. "Become a Contributor: Share Your Creation and Earn Money Doing What You Love". Diakses 19 Februari 2021, https://contributor.freepik.com/

Fuchs, Christian. *Digital Labour and Karl Marx*. New York: Routledge, 2015.

Fuchs, Christian dan Sebastian Sevignani. *Mengenal Perbedaan Kerja-teralienasi Digital (Digital labour) dan Kerja-Umum Digital (Digital Work),* diterjemahkan oleh Hizkia Yosie Polimpung. Jakarta: Indo Progress, 2018.

Hine, Chrstine. *Virtual Ethnography*. London: SAGE, 2000.

Hosio, S., Goncalves, J., Kostakos, V. dan Riekki, J. "Crowdsourcing Public Opinion Using Urban Pervasive Technologies: Lessons from Real-Life Experiments in Oulu". *Policy and Internet* 7(2) (2015) 203-222. doi: 10.1002/poi3.90.

Howe, Jeff. *Crowdsourcing: How the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*. New York: Random House Business, 2006.

Kotler, Philip. *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2003.

Karl Marx. *Capital: A Critical Analysis of Capitalist Production*. London: Swan Sonnenschein, Lowrey & Co., 1887.

Mitchell, William J., Alan S. Inouye dan Marjory S. Blumenthal (editor). *Beyond Productivity: Information Technology, Innovation, and Creativity.* Washington D.C.: The National Academies Press, 2003.

Nugroho, Catur. *CYBER SOCIETY: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi.* Jakarta: Prenada Media, 2020.

Piliang, Yasraf Amir. *Dunia yang Berlari*. Yogyakarta: Aurora, 2017.

Ritzer, George. *Postmodern Social Theory*. New York: McGraw-Hill, 1996.

Runco, Mark A. dan Steven R. Pritzker. *Encyclopedia of Creativity*. Massachusetts: Academic Press, 1999.

Toffler, Alvin. *The Third Wave*. New York: Morrow, 1980.

Siciliano, Michael L. *Creative Control: The Ambivalence of Work in the Culture Industries*. New York: Columbia University Press, 2021.

Williams, Raymond. *Culture and Society*. Harmonndsworth: Penguin, 1961.

Wigan, Mark. *Basics Illustration 03: Text and Image*. London: Bloomsbury Academic, 2008.