***DIGITAL CREATIVE LABOUR:***

**PROSUMSI DESAINER GRAFIS KONTRIBUTOR**

**DALAM *PLATFORM MICROSTOCK FREEPIK***

**Vinsensiana Aprilia Nanda Jeharu**

Program Studi Kajian Budaya dan Media, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

Vinsensiana.aprilia@mail.ugm.ac.id

Vinsensiana Aprilia Nanda Jeharu lahir di Ruteng NTT pada April 1995. Sejak kecil bercita-cita menjadi peneliti di bidang astronomi, akan tetapi, ketika SMA justru tertarik pada dunia desain grafis dan ilustrasi. Ia kemudian menjadi mahasiswa seni rupa di ISI Yogyakarta. Setelah lulus pada tahun 2017, ia berprofesi sebagai desainer grafis di beberapa studio dan platform digital. Setelah merasakan bekerja di platform digital, setahun kemudian ia memutuskan untuk melanjutkan studi di sekolah pascasarja UGM yang berfokus pada ranah kajian budaya dan media, khususnya media digital dan ekosistemnya untuk melihat dunia digital lebih dalam lagi menggunakan perspektif kritis.

***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 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 dibawah kontrol *platform* yang menyebabnya mereka terikat dalam posisinya sebagai pekerja digital yang terasing dan tereksploitasi, kerja 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**

**Abstract:** *In this contemporary era, we can see how web 2.0 technology is changing the way graphic designers work. One of the products of web 2.0 that changed the way graphic designers work is the Microstock platform. Through this Microstock platform, graphic designers no longer act as producers of graphic works but also become a consumer of graphic products from other graphic designers. This study aims to reveal the contributory prosumption practices related to the alienation of digital labor at Freepik which is one of the largest Microstock platforms in this era. The research methodology is virtual ethnography which is used to collect data from virtual space as an arena for the practice of prosumption, either through interviews or direct participant observation as a contributor. Through the analysis that has been carried out using Christian Fuchs' theory of digital labor, it is known that the contributors' prosumption practices occur under the control of the platform which causes them to be bound in their position as alienated and exploited digital workers, work, therefore, becomes productive. The productive work that occurs causes the role of the contributor to go beyond producer and consumer. Likewise, the exchange rate between the power of labor used and the wages earned are unequal.*

**Keywords: Contributor, graphic stock, prosumption, gigital labour, web 2.0**

**Pendahuluan**

Perkembangan internet menyebabkan ledakan-ledakan besar hingga membawa kita ke era revolusi industri ke empat yang menyempurnakan revolusi sebelumnya. Internet telah diintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari, ia telah mengubah banyak hal. Beberapa dari perubahan ini bersifat teknis—Internet telah membuat komunikasi menjadi lebih cepat, telah menurunkan biaya pengumpulan data, dan seterusnya. Internet pun bertranformasi dari web 1.0 menjadi web 2.0: ditandai dengan interaktifitas pengguna untuk membuat *website* sendiri seperti *Facebook*, *YouTube*, dan *Twitter[[1]](#footnote-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 didalamnya terjadi proses peringkasan ruang dan durasi waktu[[2]](#footnote-2).

Transformasi web 2.0 turut merubah cara masyarakat siber dalam mengonsumsi dan memproduksi berbagai informasi yang disuguhkan dalam dunia virtual. Masyarakat siber tidak lagi menjadi konsumen pasif, namun secara aktif turut memproduksi apa yang telah dikonsumsi menjadi suatu produk baru. Aktivitas konsumsi sekaligus produksi ini diistilahkan sebagai prosumsi oleh Alvin Toffler dalam bukunya *The party Wave[[3]](#footnote-3)*. Keleluasaan dan kecepatan dalam membuat maupun mengkonsumsi berbagai konten dalam jagat web 2.0 kemudian membuka peluang munculnya berbagai upan 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 secara 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*. Lebih lanjut, model *Crowdsourcing* dalam beberapa tahun terakhir telah terbukti menjadi mekanisme yang efektif untuk memanfaatkan kecerdasan dan inisiatif kolektif[[4]](#footnote-4).

Ranah desain grafis kontemporer adalah salah satu dari bentuk industri kreatif yang menjadi lahan basah bagi pengaplikasian model kerja *crowdsourcing*. Toffler dalam Fuchs[[5]](#footnote-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 atau desainer korporat maupun desainer pemula atau 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 diperuntukan bagi 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 *platform-*nya ke dalam dua kategori: kontributor dan non kontributor. Kontributor adalah kelompok pengguna yang bertugas memproduksi berbagai stok grafis untuk *Microstock*. Sementara non kontributor adalah kelompok pengguna yang menjadi target konsumen atau orang yang membeli/ 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.

Lebih lanjut, *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. Itu berarti, *Microstock* berperan sebagai agen pengumpul (aggregator) stok grafis dari berbagai sumber sebab *Microstock* tidak memproduksi produknya sendiri.

Untuk model pembayaran, *Microstock* menggunakan model lisensi *Royalti Free (RF).* 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, Royalty Free Lincence* (Bebas Royalti) dipahami sebagai ijin terhadap penggunaan hak cipta kekayaan intelektual (aset seni) dimana pengguna dapat menggunakan aset seni tersebut 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. Itu berarti para kontributor hanya mendapatkan satu kali pembayaran per produknya, sedangkan produk tersebut dapat digunakan secara bebas dan berulang-ulang oleh pihak pembeli.

Dari berbagai jenis *platform* *Microstock*, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut salah satu *Microstock* pendatang baru yang saat ini semakin popular di kalangan desainer grafis baik kontributor maupun non kontributor yakni, *Freepik[[6]](#footnote-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 lahir pertama kali pada tahun 2010 di bawah pimpinan [Alejandro Sánchez Blanes](https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk03nzrO8g5MD8q5DrPlpIMr1JJlLiw:1615183042775&q=freepik+alejandro+s%C3%A1nchez+blanes&stick=H4sIAAAAAAAAAOPgE-LVT9c3NEwzSjJKqbQ0U4JwC_PSLAvy4i211LOTrfSTSosz81KLi-GM-PyC1KLEksz8PKu0_NK8lNSiRayKaUWpqQWZ2QqJOalZiXkpRfkKxYcX5iVnpFYpJOUkArXtYGUEAENufX9wAAAA&sa=X&ved=2ahUKEwihx4vcgaDvAhWSheYKHVaPC2wQmxMoATAgegQIEhAD), [Pablo Sánchez Blanes](https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk03nzrO8g5MD8q5DrPlpIMr1JJlLiw:1615183042775&q=freepik+pablo+s%C3%A1nchez+blanes&stick=H4sIAAAAAAAAAOPgE-LVT9c3NEwzSjJKqbQ0U4Jwc9JLknMKcsq01LOTrfSTSosz81KLi-GM-PyC1KLEksz8PKu0_NK8lNSiRayyaUWpqQWZ2QoFiUk5-QrFhxfmJWekVikk5SQCtexgZQQAAdu8AGwAAAA&sa=X&ved=2ahUKEwihx4vcgaDvAhWSheYKHVaPC2wQmxMoAjAgegQIEhAE), dan [Joaquín Cuenca Abela](https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk03nzrO8g5MD8q5DrPlpIMr1JJlLiw:1615183042775&q=freepik+joaqu%C3%ADn+cuenca+abela&stick=H4sIAAAAAAAAAOPgE-LVT9c3NEwzSjJKqbQ0U4JwC_PSsk3jU7K01LOTrfSTSosz81KLi-GM-PyC1KLEksz8PKu0_NK8lNSiRayyaUWpqQWZ2QpZ-YmFpYfX5ikkl6bmJScqJCal5iTuYGUEAMOnlcVsAAAA&sa=X&ved=2ahUKEwihx4vcgaDvAhWSheYKHVaPC2wQmxMoAzAgegQIEhAF) 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 daripada pihak non kontributor. Hal ini didasarkan temuan yang mengarah pada kecurigaan adanya tindak eksploitasi dan alienasi yang dilakukan pihak *Freepik* kepada para kontributornya. Terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan seperti apa model kontributor dalam *platform* *Freepik*.

 Kontributor *Freepik* terbagi kedalam dua kategori, yakni kontributor eksklusif dan kontributor non-eksklusif. Diferensiasi masing-masing kategori berdasarkan ketentuan kerja, fasilitas dan besaran upah yang diperoleh. Kontributor eksklusif adalah desainer grafis yang dianggap sebagai pekerja lepas *Freepik* secara tetap*.* Hanya desainer grafis yang telah lolos tahapan seleksi ketat oleh *Freepik* saja yang bisa mendapatkan posisi ini. Kontributor bisa menjadi eksklusif dengan dua cara: pertama, kontributor mengirim email permintaan ke *Freepik* secara langsung; kedua, kontributor mendapat tawaran secara langsung dari pihak *Freepik* melalui email. Pada tahun 2019 peraturan berubah, Untuk dapat menjadi eksklusif, para desainer grafis harus berangkat dari non eksklusif terlebih dahulu.

Menurut penawaran *Freepik* dalam laman *website*nya[[7]](#footnote-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 namun harus sesuai dengan kebijakan yang berlaku. Stabil yang maksud di sini 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 *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*.

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

 Penawaran yang diberikan pada kontributor kategori ini berupa kebebasan untuk mengkontribusi stok grafis dengan tema apapun sesuai keinginan, stok grafis yang telah diunggah ke dalam *Freepik* juga bisa dijual kembali di *platform* *Microstock* lainnya. Untuk upah kontributor non eksklusif berdasarkan pembayaran sekali unduh per satuan stok atau *pay per download.* Upah yang diterima oleh kontributor non-eksklusif bersifat tidak stabil, karena bergantung pada jumlah pengunduh. Sementara untuk 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* bukan 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]](#footnote-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 perubahan peran pengguna internet yang tidak lagi sekedar mengonsumsi namun 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 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. Maksudnya adalah pengasingan kerja digital menyangkut tenaga kerja yang dikendalikan oleh kapital, objek kerja berupa pengalaman manusia, informasi *online*, relasi sosial *online[[9]](#footnote-9)*, instrumen kerja berupa *platform* yang dikuasai kapital[[10]](#footnote-10) dan produk-produk yang dihasilkannya bukanlah milik diri pekerja[[11]](#footnote-11) melaikan milik kapitalis. Keterasingan empat sisi ini membentuk keterasingan dari seluruh proses produksi dan disebabkan oleh adanya relasi kelas dan menghasilkan eksploitasi[[12]](#footnote-12)

Kondisi ini disebut sebagai… ‘*labour*’; kerja yang menciptakan nilai dan hanya diukur secara kuantitatif disebut ‘*labour*’, ketimbang ‘*work*’ yang diukur secara kualitas”[[13]](#footnote-13). 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* atas desainer grafis kontributor, guna melihat bentuk alienasi dan eksploitasi dalam relasi produksi kapitalis. Ke dua, memaparkan praktik produksi dan konsumsi desainer grafis kontributor baik eksklusif maupun non eksklusif di bawah gerak kuasa *Freepik*, misalnya seperti proses kerja produktif desainer kontributor eksklusif dan non eksklusif dalam memproduksi stok-stok grafis tersebut. Ke tiga, 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 menerima semua ini secara *taken for granted*? Oleh sebab itu, peneliti akan mengulasnya lebih lanjut.

**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, itu artinya penelitian ini membutuhkan metode khusus. Penelitian ini akan menggunakan etnografi virtual sebagai metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Menurut Hine[[14]](#footnote-14) 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 etnografer (peneliti) untuk terlibat baik secara terbuka maupun diam-diam guna mengamati dan meneliti apa yang terjadi dalam kehidupan subjek penelitian sehari-hari[[15]](#footnote-15). 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 dari penggunaan Internet dinamai etnografi virtual[[16]](#footnote-16) 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 akan menggunakan teknik *snowball random sampling*, dengan pihak informan pertama sebagai pemberi rekomendasi untuk informan selanjutnya.

**Hasil dan Pembahasan**

***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[[17]](#footnote-17). Konsep kecepatan lahir dari rahim revolusi industri yang memungkin segala sesuatunya diperoleh dan dikonsumsi secara instan. Oleh sebab itu, guna ‘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 untuk memproduksi stok grafis mereka, pada tahun 2015, barulah model kontributor terbuka diluncurkan. Di tahun yang sama, *Freepik* membuat model langganan (*subscription*) untuk *platform* mereka, tujuannya memberi pengguna kemungkinan untuk menikmati manfaat menjadi Premium[[18]](#footnote-18). Peran *Freepik* sebagai *Microstock* dengan memanfaatkan *crowdsourcing* pun dimulai. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Howe bahwa pemanfaatan kelimparuahan di era web 2.0 begitu menjanjikan untuk menjadi motor penggerak berbagai ‘pabrik’ digital. Pemanfaatan *crowdsourcing* oleh *Freepik* tersebut menyaring kontributor lebih dari 12.000 orang di seluruh dunia di tahun 2015, setahun setelah *platform* ini meluncurkan model kontributornya[[19]](#footnote-19). Kontributor tersebut berasal lebih dari 100 negara di seluruh dunia: antara lain Brasil, Meksiko, India, Thailand, Spanyol, Indonesia, Rusia, Italia atau Amerika Serikat[[20]](#footnote-20).

Perkembangan *Freepik* terus berlanjut dengan menciptakan berbagai anak perusahaan. Pada tahun 2019, *Freepik* meluncurkan anak perusahaan terbarunya, *Slidesgo*, sebuah *platform* *Microstock* yang menawarkan *template* presentasi gratis untuk *Google* Slides dan *PowerPoint*. *Slidesgo* dihadirkan dengan tujuan mempermudah pengguna dalam menyajikan presentasi, terutama di era serba digital ini. Ribuan *template* slide 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: illustrasi berbasis kustom atau bisa disesuaikan dengan preferensi konsumen. Meliputi warna yang bisa diubah-ubah dan komponen-komponen illustrasi yang bisa disesuaikan secara langsung. Selanjutnya, di tahun 2021, *Freepik* meluncurkan anak perusahaan terbarunya bernama *Wepik*. *Wepik* adalah *platform* penyedia *template* berbagai kebutuhan seperti konten media sosial, kebutuhan edukasi, bisnis, marketing, maupun kebutuhan personal yang bisa disesuaikan. *Wepik* mengusung konsep yang sama dengan *Microstock* pesaingnya yakni *Canva.* Penggunanya dimungkinkan untuk melakukan *editing* langsung secara *online* melalui *platform* *Wepik* tanpa menggunakan *software* 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 teknikal 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 Quora. Antusias pengguna Indonesia sangat terlihat dari kolom komentar dan diskusi. Peneliti mengamati hal tersebut melalui grup *Facebook* “*Freepik* Contributor Indonesia”, beranggotakan lebih dari 10 ribu orang dan didirikan oleh Silvia Natalia, seorang desainer grafis kontributor yang sudah cukup lama berkiprah di *Freepik*. Grup ini bersifat tertutup, hanya mengijinkan mereka yang punya portfolio *online* dan benar-benar mau terlibat dalam membangung karier di *Freepik*. Konten dari grup ini sebagian besar berupa *knowledge sharing*, sisanya pengalaman. *Freepik* belum lama mengibarkan benderanya di jagat desain grafis Indonesia, namun berkat cara *Freepik* mengkontruksikan model bisnisnya, layanananya, serta tawarannya, *platform* ini dalam waktu yang relatif singkat mampu menarik minat pengguna Indonesia secara signifikan.

Sebagai sebuah perusahaan *Microstock* raksasa yang memiliki banyak anak perusahaan, *Freepik* tentu membutuhkan daya penggerak yang besar pula. Ibarat sebuah pabrik raksasa, butuh banyak pekerja sebagai ‘mesin produksi’ guna menjaga roda produksi untuk terus menghasilkan nilai lebih. Oleh karenanya, *Freepik* membuka model kontributor yang menggunakan *crowdsourcing* sebagai ‘mesin produksi’ *open source* untuk menjaring sebanyak-banyaknya kontributor. Melalui citra *Freepik* yang telah terbingkai secara positif ini yang kemudian memicu keterpesonaan pengguna untuk bergabung, berpartisipasi, dan berkontribusi.

***Prosumsi Kontributor dibawah kontrol Freepik***

Kerja adalah “kegiatan pemberian-bentuk (*form-giving activity*)”[[21]](#footnote-21) yang menyerap dirinya sendiri dalam proses produksi dan juga menyerap bahan-produksi yakni informasi kognitif. Lantas, kerja kreatif para kontributor menciptakan “bentuk objektif baru”[[22]](#footnote-22), produk baru. Artinya, kerja kreatif adalah proses pengonsumsian-produktif: kerja mengonsumsi produk (stok grafis *Freepik*) dan menggunakan tenaga-kerja (usaha fisik), dan dalam proses tersebut menciptakan produk baru[[23]](#footnote-23).

Kerja kreatif kontributor eksklusif bagi sebagian kontributor diterima sebagai sebuah bentuk kerja wajar yang sudah seharusnya menjadi tanggung jawab sebagai pekerja terikat. Berbagai upaya dilakukan demi bisa memproduksi stok grafis, termasuk keterlibatan secara aktif. Sedangkan bagi sebagian kontributor lainnya, kerja kreatif di *Freepik* dianggap memberikan banyak batasan, mengingat untuk dapat memproduksi produk kreatif dibutuhkan kebebasan berkreasi. Meski demikian, hal tersebut tidak menciptakan surutnya intensitas kerja lebih para kontributor, justru mereka mengupayakan berbagai hal sebagai bentuk loyalitas. Ini merupakan Implikasi struktural dari prosumption dengan mengikuti kerangka "permainan peran", di mana "pelanggan" memainkan peran tradisional "karyawan"[[24]](#footnote-24). Dalam konteks ini, kontributor yang awal menjadi konsumen lalu menjadi pekerja (produsen).

Boltanski dan Chiapello mengungkapkan “semangat baru kapitalisme”, di mana modal secara aktif mengundang pengguna untuk bekerja secara kreatif[[25]](#footnote-25). 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 idealitas *Freepik*. Bukan hanya itu, dengan iming-iming kepastian perolehan upah setiap bulan, kontributor dituntut kerja memenuhi target minimal 40 stok setiap bulannya. Meskipun *Freepik* melakukan kontrol atas kerja kontributor, namun bukan berarti tidak ada negosiasi di dalamnya. Untuk menjaga loyalitas kontributor eksklusif, *Freepik* memberikan kebebasan dan kelonggaran sebagai bentuk penjagaan secara halus. Seperti negosiasi apabila ada keberatan berkaitan tema yang diberikan maupun kelonggaran berupa ijin tidak setor karya bila kendala mendesak, misalnya sakit.

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 seseorang “pekerja gabungan” di mana kegiatan gabungannya menghasilkan secara material sebuah produk gabungan”[[26]](#footnote-26). Walau keterlibatan *co-contributor* bertujuan untuk meringankan kerja kontributor utama, namun pada praktiknya menciptakan permasalahan baru yakni kontrol kreatif 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 apa yang disebut produk ideal oleh kontributor utama. Adanya *brief* dan *moodboard* sebagai turunannya kemudian melahirkan ambivalensi. Bagai uang koin dengan dua sisi, di satu sisi kontributor dan tim menerima *brief* sebagai bentuk tuntunan visual guna mempermudah proses kreatif agar bisa tepat sasaran, namun di lain sisi, mereka sekaligus merasakan keterbatasan dari pihak *Freepik*. *Freepik* mengundang, mempesona, 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[[27]](#footnote-27) dalam praktik prosumsi kontributor eksklusif.

Berikutnya menyoal kontributor non eksklusif. Diketahui bahwa *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"[[28]](#footnote-28), menyelesaikan masalah masyarakat *siber* yang terus-menerus, karena produksi massal, sehingga menciptakan masyarakat konsumen massal: pasif, homogen, jinak, dan tunduk pada manipulasi. Namun sebaliknya, prosumsi justru menyebabkan masyarakat *siber* bukan hanya aktif, namun semakin homogen, jinak, dan tunduk pada manupulasi 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 eksploitasi dengan mengalihkan sebagian dari proses kerja ke konsumen[[29]](#footnote-29). Merujuk pada pemahaman Fisher di atas, Kapitalis memberdayakan konsumen untuk menjadi produsen, oleh karenanya pemilik modal adalah kapitalis prosumer. Kebebasan pada awalnya merupakan hal mendasar yang ditawarkan *Freepik* pada kontributor non eksklusif sebab ketidakterikatannya terhadap *art director* maupun *brief*. Pemanfaat pihak kapital terhadap proses prosumsi para kontributor non eksklusif tersebut lantas menciptakan kebebasan semu. Oleh sebab itu, peneliti melihat adanya demokratisasi yang dilakukan oleh *Freepik* sebagai upaya untuk menarik minat masyarakat *siber* supaya bersedia terlibat menghasilkan nilai lebih bagi *Freepik*.

Selain itu, para kontributor non eksklusif 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[[30]](#footnote-30). 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 non eksklusif sebab adanya kebijakan yang mengatur jika kontributor tidak terlibat secara aktif, maka jumlah pengunduh akan menurun. Itu berarti nilai ekonomi yang diperoleh pun akan menurun.

Oleh karenanya, tuntutan terlibat secara aktif tidak dikerjakan sendiri oleh kontributor non eksklusif, namun melibatkan *co-contributor* seperti yang dilakukan oleh kontributor eksklusif. Kerja kolektif antara kontributor utama dan *co-contributor* berbanding lurus dengan perolehan pengunduh yang terus naik. Ini menjadi bukti bahwa untuk memperoleh banyak pengunduh, kontributor non eksklusif harus terus memproduksi stok grafis. Selain melibatkan *co-contributor*, ada upaya lain yang dilakukan kontributor non eksklusif.

Salah satunya ialah meningkatkan *traffic* dengan membagikan tautan stok grafis ke media sosial, komunitas, maupun *platform* lain seperti Pinterest. Praktik ini menandai terlampuinya peran konsumen dan produsen sebab kontributor sekaligus berperan dalam memasarkan dan mendistribusikan produknya sendiri. Meski kontributor non eksklusif berupaya meningkat jumlah pengunduh, hasil kerjanya bukan milik kontributor sepenuhnya, sebagian lagi merupakan milik pemegang modal (*platform*).

Persaingan antara kontributor juga tidak jarang terjadi. Hal ini berkaitan dengan sistem kerja kontributor non eksklusif yang “dibebaskan” memproduksi berbagai macam stok grafis. *Freepik* juga melanggengkan terciptanya kompetisi antar kontributor dengan membuat sistem *ranking* dan *top’s file*. Ini lantas menimbulkan rasa persaingan untuk memproduksi stok sebaik dan sebanyak mungkin demi merebutkan posisi tersebut. Dani mengungkapkan bahwa sistem *ranking* dapat berpengaruh pada jumlah pengunduh, sebab Kontributor terkait akan terpajang di *dashboard* utama dan masuk etalase *first page.[[31]](#footnote-31)* Hal ini semakin memperjelas bahwa *Freepik* memicu kompetisi antar kontributor non eksklusif guna mendorong mereka untuk terus produksi stok grafis dengan iming-iming *ranking* dan *top’s file.*

Meskipun banyak upaya *Freepik* yang menekan para kontributor non eksklusif dalam kerjanya, namun para informan tetap memilih bertahan. Demikianlah praktik prosusmsi yang dilakukan oleh kontributor non eksklusif sebagai *Digital labour* dalam kondisi ketidakmenentuannya. Ini menjadi gambaran bagaimana *platform* digital dewasa ini mengendalikan serta membungkam pekerja digital menggunakan kebijakan *platform* untuk dapat bekerja di bawah perintah, tanpa perlawanan berarti.

## ***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 informasional, dan kerja industrial. Kerja pada *Freepik* termasuk kerja industrial yang diorganisir menggunakan media digital berbasis internet dan web 2.0 sebagai instrumen kerja. Instrumen kerja ini digunakan 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[[32]](#footnote-32).

Berkaitan dengan praktik kerja digital, terdapat perbedaan konseptual 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 namun dibentuk oleh keterasingan empat sisi dari wujud manusia. Merujuk pada pemikiran Marx dalam Fuchs[[33]](#footnote-33), keterasingan empat sisi tersebut meliputi keterasingan atas: a) dirinya karena kerja dikendalikan oleh kapital, b) instrumen kerja, c) objek kerja, d) produk kerja. Dari empat bentuk keterasingan menciptakan keterasingan terhadap seluruh proses kerja. Keterasingan tersebut disebabkan oleh adanya relasi kelas dan dari keterasingan tersebut menghasilkan eksploitasi atas diri pekerja.

Keterasingan empat sisi juga terjadi di wilayah *Freepik*. Sebagai pekerja digital, kontributor *Freepik* turut mengalami keterasingan empat sisi. Keterasingan tersebut terjadi secara tidak sederhana, sebab seperti yang telah di jelaskan bahwa *Freepik* memiliki dua jenis pekerja, kerja-upahan dan kerja-partisipatoris. Kerja-upahan mengarah pada kontributor Eksklusif sementara kerja-partisipatoris merujuk pada kontributor non eksklusif. Dari masing-masing jenis kontributor, berlangsung relasi kelas 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 non eksklusif dalam praktiknya sebagai pekerja kreatif digital (*digital creative labor*).

***Kontributor Freepik sebagai pekerja terasing***

Keterasingan atas diri pekerja terjadi ketika kerja mengasingkan tubuh manusia dari dirinya, seperti halnya ia mengasingkan sifat-sifat nyatanya serta hakikat spiritualnya, keadaannya sebagai manusia[[34]](#footnote-34). Manusia terasing dari tubuhnya sendiri sebab kapital mengambil alih kendali atas kerja produktif para pekerja dalam usahanya memenuhi kebutuhan hidup. Kondisi ini ditemukan dalam praktik prosumsi kontributor saat memproduksi komoditas grafis. Pendapat-pendapat yang dilontarkan oleh beberapa pihak seringkali menyangkal adanya pengasingan sebab keterlibatan pengguna sebagai kontributor bukan karena paksaan, melainkan secara suka rela dan sadar memilih untuk terlibat dalam kontribusi.

Kerja adalah aktivitas yang melibatkan otak dan tenaga untuk meningkatkan kualitas hidup: kerja kualitas. Namun, kerja tidak lagi berkualitas ketika kontributor dalam relasi pertukaran dengan *Freepik* menghasilkan produk dimana kualitas ekonomi yang diperoleh tidak sebanding dengan kuantitas kerja yang dilakukan. Untuk menghasilkan kuantitas kerja tersebut, kontributor menggunakan sebagian besar waktunya 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 relasi atau masyarakat di sekitar, sebagian besar waktunya digunakan untuk bekerja di depan perangkat digital.

Hal tersebut sekaligus menyebabkan kontributor terpisah secara fisik dan temporal dari masyarakat sekitar. 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[[35]](#footnote-35) menyebutkannya *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 instrument kerja-produktif utama. Sementara instrument penunjangnya ialah 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 satu sisi saja, 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, dengan begitu 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 protagonist maupun objek yang dikerjakan.

Keterasingan terhadap instrument utama selain otak yakni berkaitan dengan kepemilikan *platform*. Kontributor terasing dari *platform*nya sebab mereka tidak memiliki ataupun 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*) sebab tidak memiliki kuasa atas kepemilikan *platform* sekaligus juga menciptakan kekayaan yang tidak dimilikinya, kekayaan menjadi milik *Freepik*. Kemiskinan yang terjadi atas kontributor di sisi ini merupakan kemiskinan secara politik. Politik yang mengatur kebijakan *platform* seperti ketentuan kerja, pengalihan hak cipta, pembayaran upah, seleksi kontributor, penggunaan data pribadi dan ketentuan mengikat lainnya. Kontributor tidak memiliki kuasa atas kebijakan-kebijakan tersebut, sebab itulah mereka menjadi terasing atas *platform* sebagai instrument 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 kemudian bagi kaum Romantis, adalah atribut yang tak terlukiskan dari individu-individu tertentu yang disukai secara misterius—hadiah para dewa[[36]](#footnote-36). Kreativitas memiliki banyak segi dan dimanifestasikan dengan cara yang berbeda dalam domain yang berbeda, membutuhkan pengetahuan, motivasi, pengulangan, dan penemuan kombinasi unik. Kreativitas merupakan material kognitif yang menjadi kekayaan atas diri kontributor, 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 nantinya menjadi penentu kualitas dari hasil kerja.

Rangkaian proses kreatif tersebut pada kenyataannya mengalami keterasingan. Kontributor kehilangan kendali atas kreativitasnya sendiri, sebab *Freepik* mendapatkan hak untuk mengontrol proses kreatif menggunakan kebijakan dalam *brief*. Penggunaan *brief* mengontrol secara langsung para kontributor eksklusif, sementara kontrol kreatif tidak terjadi secara langsung pada kontributor non eksklusif 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 penggayaan 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.[[37]](#footnote-37)

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.[[38]](#footnote-38) Adaptasi menyarankan sesuatu yang berbeda; yaitu individu bertindak pada lingkungan untuk memodifikasi, mengubah, menerjemahkan, atau mentranformasi. Berdasarkan pada data praktik prosumsi yang telah peroleh, diketahui bahwa praktik adaptasi dari referensi melalui riset telah menjadi hal mendasar dalam proses prosumsi para kontributor baik eksklusif maupun non eksklusif. Suatu praktik yang bersifat niscaya, sebab kontributor dituntut untuk hal tersebut. Ada pemaksaan kreativitas yang terbangun. Kontributor non eksklusif terlihat seolah memiliki kebebasan untuk memproduksi berbagai macam karya grafis, tetapi kebebasan tersebut menjadi semu, sebab masih menyisakan penyesuaian-penyesuaian yang terpaksa dilakukan para kontributor non eksklusif. Melalui hal tersebut, kontributor sebagai pemilik kreativitas pada kenyataanya justru diasingkan dari kreativitasnya sendiri. Kreativitas tidak lagi cair, namun dibatasi. Akibat dari keterasingan tersebut, kontributor baik eksklusif maupun non eksklusif tidak punya kendali terhadap kreativitasnya sendiri.

Lebih lanjut, baik kontributor eksklusif dan non eksklusif 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 seseorang “pekerja gabungan” di mana kegiatan gabungannya menghasilkan secara material sebuah produk gabungan”.[[39]](#footnote-39) Produk gabungan tersebut mengubah tenaga kerja gabungan menjadi akumulasi kapital. Melalui kerja gabungan ini, *co-contributor* berada di bawah kontributor utama. Kontributor utama kemudian mengontrol kerja kreatif para *co-contributor*. Akhirnya, yang kemudian terjadi adalah kontrol berlipat dan pengasingan berlipat atas diri *co-contributor*. Demikianlah keterasingan objek kerja-produktif yang terjadi dalam *Freepik*.

Selanjutnya, beranjak pada bentuk keterasingan terakhir, yakni keterasingan atas hasil produk kerja-produktif, Fuchs menyebut bahwa manusia adalah makhluk-produsen yang memproduksi sumber daya fisik dan ide.[[40]](#footnote-40) 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 diijinkan meggunakan karya terkait untuk keperluan apapun tanpa seijin *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 yang dilakukan kapital berbanding terbalik dengan upah yang diterima para kontributor eksklusif. Ditengah 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 dibandingan dengan hak kepemilikan yang diperoleh *Freepik*. Kontributor eksklusif hanya mendapatkan sekali pembayaran untuk karyanya, sementara *Freepik* memperoleh keuntungan yang berlipat melalui komodifikasi karya terkait secara berulang-ulang. Kontributor eksklusif pada posisi ini menjadi *absolute poverty[[41]](#footnote-41)* (si miskin yang absolut). Setelah relasi pertukaran terjadi, kontributor eksklusif tidak lagi memiliki karya-karya terkait, Oleh karenanya, Kontributor eksklusif menjadi terasing dengan produk kerja-produktif mereka.

Pengasingan produk kerja-produktif juga terjadi pada kontributor non eksklusif. Bila kontributor eksklusif melakukan relasi pertukaran dengan sistem beli putus, maka kontributor non eksklusif melakukan pertukaran berdasarkan unduhan. Dalam pertukaran yang terjadi, produk kerja-produktif tidak sepenuhnya menjadi milik *Freepik*. Sebagian masih menjadi milik kontributor non eksklusif. Hal tersebut terjadi sebab upah yang diperoleh kontributor non eksklusif tidak memiliki jangkar stabilitas. Artinya, besaran yang diperoleh bersifat fluktiatif dan tidak menentu. Dalam keadaan spekulatif, Kontributor non eksklusif 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 hal seperti penggandaan karya, penyebarluasan, dan seterusnya tanpa memberikan *royalty* lanjutan pada kontributor non eksklusif diluar upah yang telah diberikan[[42]](#footnote-42). Pada akhirnya, keterasingan menjadi jelas terlihat ketika kontributor non eksklusif tidak memiliki hak untuk menuntut *Freepik* atas apapun yang dilakukan *Freepik* terhadap karya mereka. Begitulah cara kerja kapital yang menciptakan pengasingan antara kontributor dan hasil kerja-produktifnya.

***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.[[43]](#footnote-43) 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, yang adalah desainer grafis dan fotografer sekaligus menghasilkan nilai atau laba moneter bagi kapital *Freepik*.

Hal tersebut berarti bahwa kontributor bekerja menghasilkan nilai guna yang bertujuan memenuhi kebutuhan stok grafis pengguna, yang adalah 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 ekonomik yang tidak sebanding. Data diri dan stok grafis yang dihasilkan kontributor merupakan nilai guna. *Freepik* menggunakan nilai guna tersebut sebagai komoditas untuk 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 berjudul *Digital labour and Karl Marx[[44]](#footnote-44)*, Kerja konkret adalah aktivitas yang berorientasi pada kualitas untuk memenuhi kebutuhan, Sebaliknya, kerja abstrak memiliki besar nilai berdasarkan kuantitas kerja yang tergantung didalamnya. *Freepik* ingin agar kontributor menghasilkan produk yang berkualitas dan sebanyak-banyaknya per unit waktu dalam sehari. Sementarawaktu 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 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, infografik, dan foto. Masing-masing dari stok tersebut memberikan manfaat bagi penggunanya. *Template* misalnya, berfungsi untuk keperluan konten untuk pemasaran, komunikasi, dan lain sebagainya. Biasanya digunakan di media sosial atau blog. Ilustrasi juga demikian, menurut Wigan llustrasi adalah alat komunikasi visual dan gambar yang membangun makna dan menyampaikan ide, narasi, pesan, dan emosi kepada audiens, pembaca, dan pengguna tertentu.[[45]](#footnote-45) Oleh karenanya, ilustrasi memiliki manfaat nilai guna untuk pemenuhan konten berbagai kebutuhan komunikasi visual. Lebih lanjut, menurut Wigan (ibid), Dasar dari proses ini adalah ekspresi kreatif pribadi, kesenangan dan kenikmatan semata-mata dari pembuatan gambar kreatif dan interpretasi kata-kata dan ide-ide ke dalam gambar. Semestinya demikianlah sistem kerja seharunya menjadi berkualitas. Pada kenyataannya, bentuk kerja yang demikian bukanlah ciri khas dari moda produksi kapitalis. Ada ciri khas dari watak nilai guna dalam moda produksi kapitalis. Bila kerja konkret yang seharusnya memberikan kesejahteraan bagi pekerjanya, di *Freepik* kerja konkret untuk menghasilkan nilai guna justru menjadi eksploitatif. Kerja menghasilkan nilai guna, namun tidak diikuti dengan nilai tukar yang sepadan.

Nilai guna dan nilai tukar di *Freepik* tercipta secara *inequal*. Sebagai nilai Guna, kreativitas adalah sumber daya yang mahal, yang tidak dapat digantikan oleh mesin. Kreaivitas oleh karenanya merupakan kekayaan intelektual seorang manusia, adanya pertukaran yang tidak sebanding menyebabkan kontributor tak lagi memiliki kekayaan tersebut justru menjadi miskin, sebab ia adalah kelas pekerja yang diperah sedemikian rupa. Pemerahan dapat dilihat ketika kontributor yang dibayar murah dituntut merevisi produk apabila ada kekurangan hingga produk 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 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.

***Lahirnya Eksploitasi Melalui Rahim Kerja-Produktif***

*Freepik* kaya akan stok grafis yang diperoleh dari para kontributor, oleh karenanya *platform* ini menjadi perusahaan *Microstock* raksasa 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, yang mereka peroleh justru kemiskinan. Kemiskinan kontributor tersembunyi dibalik proses produksinya. 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* ini yang kemudian menciptakan kemiskinan berlapis.

Kemiskinan berlapis-lapis para kontributor adalah sumber kekayaan daring yang dirampas oleh *Freepik*. Sementara *Freepik* merampas kekayaan para kontributor, 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*, telah diketahui bahwa *Freepik* berhak mengeksploitasi stok-stok grafis yang telah terunggah. Dengan iming-iming uang €9.86 per unit stok bagi kontributor eksklusif dan €0,10 per unduh bagi kontributor non eksklusif menjelaskan rendahnya nilai tukar yang diperoleh kontributor. 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.[[46]](#footnote-46)

Eksploitasi berlanjut pada waktu kerja kontributor, yakni waktu lebih yang digunakan untuk memproduksi stok grafis di luar waktu kerja normal. Termasuk banyaknya waktu yang digunakan kontributor saat mengakses web *Freepik*[[47]](#footnote-47). 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 detik kerja membutuhkan uang. Inilah alasan mengapa kapital berkepentingan untuk membuat pekerja bekerja selama mungkin dengan upah sesedikit mungkin dan membuat mereka bekerja seintensif mungkin sehingga keuntungan setinggi mungkin (yang merupakan hasil dari waktu kerja yang tidak dibayar) dapat diperoleh.[[48]](#footnote-48) Semakin banyak waktu yang digunakan, semakin banyak produk yang bisa dihasilkan. Bekerja di industri media digital seringkali dikonstruksikan sebagai kerja santai, waktu kerja yang bebas, kreatif, dan egaliter. Padahal realitas sehari-hari pekerja digital sering dihadapkan pada stress akibat target produk yang harus dihasilkan, pendapatan rendah, dan individualisasi (tersekat dari dunia nyata). Hal ini dialami oleh para informan yang menyatakan bahwa meski mereka bebas menentukan jadwal kerja, namun mereka menggunakan waktu lebihnya untuk bekerja hingga lebih dari delapan jam sehari, bahkan seringkali menggunakan waktu weekend mereka untuk bekerja[[49]](#footnote-49).

Kondisi ini dialami baik oleh kontributor eksklusif yang merupakan pekerja-upahan (bertarget) maupun kontributor non eksklusif 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 mempedulikan berapapun waktu kerja yang digunakan para kontributor, sebab perhitungan upah terletak pada jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan. Akibatnya, waktu kerja lebih yang digunakan para kontributor tidak dibayar. Model upahan berdasarkan jumlah produk atau proyek merupakan model upah yang marak digunakan berbagai *platform* yang menuntut pekerja untuk kerja produktif. Hal itu yang kemudian disebut Fuchs sebagai *Digital labour*, pekerja digital yang rentan akan eksploitasi, termasuk eksploitasi waktu kerja lebih.

Lebih lanjut, bukan hanya waktu lembur yang tidak dibayar, sebagai seorang pekerja, kontributor juga tidak mendapatkan jaminan sosial apapun. Menurut International *Labour* Organisation[[50]](#footnote-50) Jaminan sosial pada dasarnya berarti 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 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 (*Digital labour*) yang prekariat.

Dalam kasus penelitian ini eksploitasi tidak hanya terjadi pada para Kontributor utama, namun juga pada *co-contributor*. Pelibatan tenaga kerja *co-contributor* ini terjadi sebab 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 itu eksploitasi yang terjadi pada *co-contributor* justru lebih tinggi, sebab mereka hanya memperoleh upah secara parsial dari nilai tukar sebenarnya, bahkan tidak jarang pembagian yang diperoleh kurang dari setengahnya. Lantas, eksploitasi kerja produktif pada *co-contributor* menjadi berlipat.

Selain bentuk eksploitasi di atas, 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 ekploitasi berlebih pada para kontributor. *Freepik* *Essential Account* merupakan kategori akun seperti akun Eksklusif dan non eksklusif.

Kategori *Essensial Account* menggunakan model campuran (*mixed*) antara eksklusif dan non eksklusif. Stok grafis yang diproduksi oleh kontributor model ini terbagi menjadi dua jenis produk, yakni produk berbayar (premium) dan produk gratis. Produk berbayar akan mendapatkan upah melalui sistem *pay per download*. Pihak *Freepik* tidak memberikan upah bagi kontributor atas produk gratis mereka, baik royalti maupun pembayaran per unduh. Nilai tukar yang dijanjikan oleh *Freepik* bukan dalam bentuk upah, namun 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 pada 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.[[51]](#footnote-51) Kontributor sebagai tenaga kerja lepas yang memanfaat internet sebagai penompang 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 berbicara soal 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.[[52]](#footnote-52) Melalui program *Freepik Brand Ambassador* inilah *Freepik* memanfaatkan kontributornya untuk menjadi pelaku pemasaran.

**peran para kontributor sebagai *Brand Ambassador* yang 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 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.[[53]](#footnote-53) Dengan **Adanya *Brand Ambassador* tersebut seolah mewakili testimoni para kontributor, sehingga dapat menciptakan pemasaran yang lebih emosional sebab 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 untuk 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, program ini berlaku selama satu tahun. Oleh karenanya program *Freepik* *Referral* turut menciptakan eksploitasi terhadap kontributor, meski ada nilai tukar yang ditawarkan, namun upah yang ditawarkan tidak sebanding. Mengapa? Eksploitasi tercipta sebab lagi-lagi program ini termasuk program yang berwatak spekulatif. Kontributor memang ditawari sejumlah uang untuk itu, namun ada ketentuan dan syarat, yakni calon kontributor yang direkrut harus lolos seleksi terlebih dahulu. Bila tidak lolos, maka kontributor yang menjaring tidak akan memperoleh apapun. Padahal ada tenaga yang digunakan dalam usaha perekrutan tersebut. Di sini dapat dilihat bahwa kontributor dieksploitasi untuk melakukan *networking*, sebab model program ini serupa dengan model multilevel marketing (MLM). Mempekerjakan kontributor bukan hanya sebagai produsen produk, namun sekaligus 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 apapun. Kontributor juga diekploitasi untuk memainkan peran sebagai agen penyebar narasi yang berfungsi membangun citra *Freepik* secara emosional ditengah kelimparuhan 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 adanya kesadaran sedikitpun 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 eksploitatif, memunculkan bentuk persetujuan parsial. Merujuk pada pemikiran Siciliano yang menjelaskan bahwa dalam kasus ini, pekerja sebetulnya mengetahui dan memahami keadaan ekonomi mereka, namun pekerjaan terasa sangat menarik, dinamis, dan, seringkali, menyenangkan[[54]](#footnote-54) sebab berkaitan dengan kerja spasial yang melibatkan dimensi estetika. Hal itu menimbulkan dorongan bagi kontributor untuk terus melakukan kerja produktif sebab menyenangkan.

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 hobby dan kerja kreatif. Dari situ, munculah watak berhala, watak yang disebut oleh Fuchs sebagai pemujaan terbalik. Alih-alih mempermasalahkan upah yang tidak sepadan dengan kerja produktif, Kontributor justru memuja *Freepik* sebagai *Platform* yang menyediakan *means of production* bagi kontributor secara cuma-cuma, oleh karenanya kontributor merasa tunduk dan perlu mematuhi aturan**- aturan** yang ada. Tidak semua kontributor melakukan pemujaan tersebut, namun bukan berarti sedikit pula kontributor yang melakukan pemujaan.

***Komunitas Virtual Kontributor, Solidaritas atau Penjagaan loyalitas?***

Saat ini kita hidup dengan budaya *siber*, budaya yang tercipta sebab konvergensi media, dari luring menjadi daring. Menurut Pierre Levy budaya *siber* mewujudkan universalitas baru yang tidak didasarkan pada independensi penandaan, tetapi dibangun dan diperluas dengan menghubungkan pesan melalui komunitas virtual, memprovokasi pembaruan makna dan kinerja kecerdasan kolektif secara terus-menerus, di 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.

Meski kontributor merasa mendapatkan manfaat dari komunitas tersebut, namuan, pada kenyataannya ada agenda terselebung dibalik keberadaan komunitas virtual tersebut, baik di *Facebook* maupun *Whatsapp*. Solidaritas yang ada pada kenyataannya bersifat semu. Sebuah komunitas virtual didirikan salah satunya oleh sebab adanya perasaan yang sama, solidaritas yang terbangun sebab mengalami ketertindasan yang sama. Williams juga mengatakan bahwa "pengalaman isolasi, keterasingan, dan pengasingan diri adalah bagian penting dari struktur perasaan kontemporer".[[55]](#footnote-55) Hal tersebut di sini mengisyaratkan keadaan bahwa perasaan keterasingan dapat menjadi bagian dari struktur perasaan kelas tertentu. Hal ini sesuai dengan komunitas virtual baik di *Facebook* maupun *Whatsapp* yang bukan tercipta untuk saling menyadarkan satu sama lain, namun 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 sebab bertujuan untuk mengawasi dan mengontrol pergerakan dalam komunitas virtual apabila terjadi suatu permasalahan yang mengarah pada kericuhan atau tindak protes lainnya.

***Penyebab Desainer Grafis Bergabung Dalam Prosumsi di Freepik***

Dalam era kontemporer ini, dapat dirasakan bagaimana teknologi mengubah cara kerja desainer grafis. Web 2.0. merupakan teknologi yang paling mutakhir untuk mengubah cara kerja tersebut. Salah satu produk dari web 2.0 yang mengubah cara kerja desainer grafis 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 desainer grafis melalui *platform* *Microstock* sebagai pekerja digital (*Digital labour*).

Adanya prosumsi tersebut menciptakan ruang bagi desainer garfis *crowdsourcing* untuk turut andil, termasuk dalam *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, kemandirian dalam mengerjakan, arena penyaluran hobi dan aktualisasi diri, wadah untuk membangun konstruksi identitas desainer, hingga sebagai investasi digital.

**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 *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**

Ackerman, Mark, et al. 2003. *Sharing Expertise Beyond Knowledge Management*. USA: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.

Anderson, Chris. 2010. *Free: The Future of a Radical Price*. United Kingdom: Random House.

Baudrillard, Jean. P. 2011. *Masyarakat Konsumsi.* Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Bate, S. P. 1997. *Whatever Happened to Organizational Anthropology? A Review of the Field of Organizational Ethnography and Anthropological Studies*,” Human Relations, 50(9), pp. 1147–1175.

Berger, P. and T. Luckmann. 1966. *The Social Construction of Knowledge*. London: Penguin.

Breman, David. 2009. *Do Good Desain*. California: Pearson *Education*, inc.

Carr, Nicholas. 2011. *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W. W. Norton.

Donath, J. S. (1999) “*Identity and Deception in the Virtual Community*,” in Smith, M. A. and Kollock, P. (eds.) *Communities in Cyberspace*. London: Routledge

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

Fraysse, Olivier and Mathieu O'neil. 2015. *Digital Labour and Prosumer Capitalism*. United Kingdom: Palgrave Macmillan.

Freer, Douglas. 2008. *Microstock Photography: How to Make Money from Your Digital Images*. USA: Focal Press.

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

Fuchs, Christian and Sebastian Sevignani. 2018. *Mengenal Perbedaan Kerja-teralienasi Digital (Digital labour) dan Kerja-Umum Digital (Digital Work) ed. Terjemahaan*. Indonesia: IndoProgress.

Hesmondhalgh, Davidn and Sara Baker. 2011.*Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries*. London: SAGE Publications.

Heminsley, Judy. 2009. *Work from Home*. United *Kingdom*: How to Books Ltd.

Hine, C. (2000) *Virtual Ethnography*. London: *Sage* Publications Ltd.

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

Jantsch, John. 2010. The Referral Engine. USA: The *Penguin* Group,

Kisworo, Marsudi W dan Iwan Sofana. 2017. *Menulis Karya Ilmiah*. Bandung: Informatika Bandung.

Koentjaraningrat, 2009. *Ilmu Antropologi*. Jakarta: *Rineka* Cipta.

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

Kozinets, R. V. (2009) *Netnography: Doing Ethnographic Research Online. 1st ed*. London: Sage Publications Ltd.

Lessig, Lawrence. 2004. *Free Culture: How Big Media Uses Technology and The Law to Lock Down Culture and Control Creativity.* New York: The Penguin Press.

Levitt, B. and J. G. March. 1988. *Organizational Learning. Annual Review of Sociology* 14: 319–340.

Meggs, Philip. B. and Alston W. Purvis. 2016. *Meggs’s History of Graphic Design*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

McKay, Alisa. 2005. *The Future of Social Security Policy- Women, work and a Citizens' Basic Income*. New York: Routledge.

Mitchell, William J., Alan S. Inouye, and Marjory S, Blumenthal, Editors. 2003. *Beyond Productivity: Information Technology, Innovation, and Creativity.* Washington DC: The National Academies Press.

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

Ritzer, George. 1996. *Post Modern Social Theory*. USA: The McGraw-Hill Companies, Inc.

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

Schwab, Klaus.2019. *Revolusi Industri Keempat*. *Jakarta*: Gramedia.

Seufert, Eric Benjamin. 2014. Freemium Economics: *Leveraging Analytics*

1. Ritzer, 2015: 14 [↑](#footnote-ref-1)
2. Piliang, 2017: 37 [↑](#footnote-ref-2)
3. Alvin Toffler, 1980:266 [↑](#footnote-ref-3)
4. Hosio, Goncalves, Kostakos, & Riekki, 2015: 203‒222 [↑](#footnote-ref-4)
5. Fuchs, 2014: 99 [↑](#footnote-ref-5)
6. Berdasarkan pengalaman empiris peneliti di lingkup desainer grafis dan didukung oleh tulisan Silvia Natalia, sumber: [http://www.silvianatalia.com/category/*Microstock*/](http://www.silvianatalia.com/category/microstock/) dan Erwin Wirataprama, sumber: [https://erwinwirapratama.medium.com/7-*Microstock*-terbaik-untuk-jual-vector-248bb995c22a](https://erwinwirapratama.medium.com/7-microstock-terbaik-untuk-jual-vector-248bb995c22a). Mereka adalah *multiple* kontributor di beberapa *Microstock.* [↑](#footnote-ref-6)
7. Sumber data: [www.*Freepik*.com](http://www.freepik.com), diakses pada 19 Februari pukul 21.29 WIB. [↑](#footnote-ref-7)
8. www.freepik.com [↑](#footnote-ref-8)
9. Fuchs dan sevignani, 2018: 45 [↑](#footnote-ref-9)
10. Fuchs dan Sevignani, 2018: 49 [↑](#footnote-ref-10)
11. Fuchs dan Sevignani, 2018:55 [↑](#footnote-ref-11)
12. Fuchs dan Sevignani: 2018: 48. [↑](#footnote-ref-12)
13. Marx, 1867: 138 dalam Fuchs, 2018: 15 [↑](#footnote-ref-13)
14. Hine, 2000: 9 [↑](#footnote-ref-14)
15. Bate, 1997: 1147–1175 [↑](#footnote-ref-15)
16. Hine, 2000. [↑](#footnote-ref-16)
17. Piliang, 2017:33 [↑](#footnote-ref-17)
18. #  *Freepik* Company, 2021, “*Freepik* Company Story: 11 Years and Still Going Strong”,

 [https://www.*Freepik*.com/blog/*Freepik*-company-11-years/](https://www.freepik.com/blog/freepik-company-11-years/), diakses pada 4 April 2021 pukul 22.00 WIB. [↑](#footnote-ref-18)
19. *Freepik* Company, Loc. Cit. [↑](#footnote-ref-19)
20. *Freepik* Company, Loc. Cit. [↑](#footnote-ref-20)
21. Marx, 1857/58b: 301 [↑](#footnote-ref-21)
22. Marx 1857/58b, 301 [↑](#footnote-ref-22)
23. Fuchs dan Sevignani, 2010: 17 [↑](#footnote-ref-23)
24. Fisher dalam 20: 132. [↑](#footnote-ref-24)
25. Siciliano, 2021: 29 [↑](#footnote-ref-25)
26. Marx 1867: 1040 [↑](#footnote-ref-26)
27. Siciliano, 2021: 29 [↑](#footnote-ref-27)
28. Toffler, 1980: 269 [↑](#footnote-ref-28)
29. Fisher dalam Frayssé, 2015: 127 [↑](#footnote-ref-29)
30. Fisher dalam Frayssé, 2015: 129 [↑](#footnote-ref-30)
31. Berdasarkan wawancara Bersama Dani via telepon seluler pada 10 Mei 2021. [↑](#footnote-ref-31)
32. Fuchs, 2015: 48 [↑](#footnote-ref-32)
33. Fuchs dan Sevignani, 2015:24 [↑](#footnote-ref-33)
34. Marx, 1844: 76 [↑](#footnote-ref-34)
35. Fuchs, 2019 [↑](#footnote-ref-35)
36. J. Mitchell et al, 2001: 17 [↑](#footnote-ref-36)
37. Runco dan Pritzker, 1999: 9 [↑](#footnote-ref-37)
38. Runco dan Pritzker, 1999: 11 [↑](#footnote-ref-38)
39. Marx, 1867: 1040 dalam tulisan Fuchs, 2014: 37 [↑](#footnote-ref-39)
40. Fuchs dan Sevignani, 2015: 13 [↑](#footnote-ref-40)
41. Merujuk pada pernyataan Fuchs (2019) yang menyatakan pekerja digital sebagai absolute poverty, sebab tidak memiliki hasil produksinya sendiri. Pernyataan ini dapat ditemukan dalam seminar daring, sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=VyPnJpOUpLU&t=3534s>, diakses pada 14 Juni 2021, pukul 00.11 WIB. [↑](#footnote-ref-41)
42. Dimuat dalam *Terms and Conditions* contributor non eksklusif bagian lisensi. Sumber: [https://contributor.*Freepik*.com/first-steps](https://contributor.freepik.com/first-steps), diakses pada 14 Juni 2021, pukul 00.19 WIB. [↑](#footnote-ref-42)
43. Fuchs, 2014: 257 [↑](#footnote-ref-43)
44. Fuchs, 2014 [↑](#footnote-ref-44)
45. Wigan 2008: 6 [↑](#footnote-ref-45)
46. Marx 1867: 164 [↑](#footnote-ref-46)
47. Lihat Fuchs dan Sevignani, 2015, *Mengenal Perbedaan Kerja-teralienasi Digital (Digital labour) dan Kerja Umum Digital (Digital Work),* halaman 54 [↑](#footnote-ref-47)
48. Fuchs, 2014: 6 [↑](#footnote-ref-48)
49. Wawancara Bersama Salma, Aprilia, Syafiq, dan Dani via telepon seluler [↑](#footnote-ref-49)
50. ILO, 1984:2 [↑](#footnote-ref-50)
51. Nugroho, 2020: 44 [↑](#footnote-ref-51)
52. Kotler, 2003: 110 [↑](#footnote-ref-52)
53. Kotler, 2003: 76 [↑](#footnote-ref-53)
54. Siciliano, 2021: 27 [↑](#footnote-ref-54)
55. Williams, 1961: 307 [↑](#footnote-ref-55)