

Proletariat Digital dalam *Citizen Journalism*: Kasus *Kompasiana*

JISPO
Jurnal Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik
2021, Vol. 11, No. 1: 155-174
[https://journal.uinsgd.ac.id/
index.php/jispo/index](https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/index)
© The Author(s) 2021

Irma El-Mira Husbuyanti*

Universitas 45 Mataram, Indonesia

Abstrak

Semenjak munculnya video amatir tsunami Aceh pada tahun 2004, tren *citizen journalism* di Indonesia terus meningkat. Ini dianggap sebagai momentum menuju demokrasi baru dalam bermedia karena memberi kesempatan bagi masyarakat untuk memproduksi dan menyebarkan konten yang terlepas dari *agenda setting* media arus utama. Akses publikasi yang semula berpusat pada pemilik media mulai berpindah ke media-media personal yang dimiliki oleh masyarakat. Namun, sejak tahun 2008, *citizen journalism* mulai dikooptasi oleh media arus utama dalam bentuk portal berbasis *user-generated content*. Artikel ini mengkaji perubahan nilai dalam praktik *citizen journalism* yang dikelola oleh media arus utama dengan *Kompasiana* sebagai fokus analisisnya. Dengan menggunakan metode Analisis Wacana Kritis dan pendekatan ekonomi politik media Marxisme, artikel ini menunjukkan bahwa keterlibatan media arus utama dalam praktik *citizen journalism* bukan hanya sebagai ajang kolaborasi, melainkan juga sebagai praktik buruh digital (*digital proletar*) sebagaimana dilihat dalam tiga aspek komodifikasi oleh *Kompasiana*: regulasi, upah, dan jam kerja.

Kata-kata Kunci

Media, *citizen journalism*, Marxisme, buruh digital, kapitalisme

Abstract

The trend of citizen journalism in Indonesia has increased since the emergence of amateur videos of the Aceh tsunami in 2004. This is considered as a momentum of new democracy in media because it allows public to independently produce and disseminate information without being intervened by agenda-setting of mainstream media. The power of publication was seen to shift from mainstream media to personal ones. However, this trend of citizen journalism changed as it begun to be co-opted

* Penulis untuk korespondensi:

Irma Elmira Husbuyanti.

Ilmu Komunikasi, Universitas 45 Mataram.

Jl. Imam Bonjol No.45, Kota Mataram, NTB, Indonesia

Irmaelmirah@gmail.com.

by mainstream media in the form of a user-generated content platform in 2008. This paper examines changes in citizen journalism which is managed by mainstream media by focusing on Kompasiana of Kompas Gramedia Group as its unit of analysis. Using Van Dijk's Critical Discourse Analysis and Marxist political economy of media as theoretical approach, it shows that the involvement of mainstream media in citizen journalism is not only seen as a collaboration, but also construction of digital labor. This can be explained by looking at three aspects of Kompasiana commodification practices: regulations, wages, and working hours.

Key Words

Media, citizen journalism, Marxism, digital labour, capitalism

Pendahuluan

Pesatnya kemajuan teknologi memberikan efek signifikan terhadap perkembangan media di masa kini. Hal ini bukan hanya memberikan masyarakat kebebasan lebih untuk bersuara, namun juga menggiring media massa untuk mulai melakukan evolusi dari bentuk konvensional ke digital (Kperogi 2011). Akibatnya, terjadi perubahan pada perilaku bermedia di era digital bahwa saat ini kehidupan manusia secara drastis menjadi terhubung, tersambung, dan saling memengaruhi. Kebebasan dan interaksi baru menjadi jalan bagi masyarakat untuk membentuk media secara mandiri dan terlepas dari arus utama, yang diistilahkan sebagai *citizen journalism* (jurnalisme warga). Media ini dianggap sebagai wadah yang mudah diakses, bermodal rendah, ramah pengguna dan sanggup menampung isu tak terbatas (Goode 2009).

Adanya *citizen journalism* memberikan pandangan baru dalam bermedia di mana masyarakat bukan lagi berposisi pasif sebagai penerima isu, tapi sudah mampu memilih dan menentukan informasi sendiri. Sistem ini mengizinkan pembagian kekuasaan media, yang awalnya terpusat kini menyebar ke tangan-tangan masyarakat. Masyarakat memiliki andil dalam mengatur alur dan teknis informasi. Media arus utama yang selalu dilekatkan dengan kekuasaan dan afiliasi politik ternyata berhasil membuat *citizen journalism* ini terlihat lebih menjanjikan. Muncul harapan terkait keragaman isu yang bisa disuarakan, yang tidak lagi mencerminkan aktivitas *agenda-setting* media massa. Munculnya media berbasis masyarakat ini juga diklaim sebagai bentuk dari ketidakpuasan atas kebijakan media yang selama ini mendominasi dan memosisikan masyarakat sebagai objek (Kperogi 2011).

Tren *citizen journalism* ini kemudian semakin berkembang, terutama semenjak media arus utama ikut memopulerkannya sehingga semakin mudah untuk diakses. Hal ini sejalan dengan kenyataan mengenai media arus utama yang ternyata memiliki kecenderungan untuk tidak mau menyerahkan begitu saja dominasi media yang mereka miliki ke tangan *citizen journalism* (Kperogi 2011). Karena itu, muncul praktik *citizen journalism* yang ternyata dikooptasi atau dijadikan anak media oleh perusahaan media konvensional.

Jika kondisinya seperti ini, maka pertanyaan-pertanyaan yang muncul adalah apakah *citizen journalism* tersebut masih dapat dikatakan sebagai perwujudan sistem yang demokratis? Apakah *citizen journalism* sudah cukup mumpuni untuk dikatakan sebagai sebuah media yang menghilangkan struktur kelas dan dominasi kuasa di dalamnya? Dan bagaimana nantinya *citizen journalism* ini akan dimaknai setelah mendapat intervensi dari media konvensional para pemilik modal?

Bila dikembalikan pada konsep yang dicetuskan oleh Karl Marx mengenai proletar dan borjuis, maka praktik *citizen journalism* dalam lingkup media arus utama dapat dijadikan sebagai salah satu contoh terkait usaha penciptaan hirarki sosial. Perkara kelas sosial dicetuskan oleh Marx ketika revolusi industri dan ilmu pengetahuan menyebabkan munculnya kapitalisme di Eropa. Cara produksi kapitalis didasarkan pada kepemilikan pribadi atas alat-alat produksi dan subsistem utama (barang, tanah, makanan) oleh pemilik sejumlah besar uang. Siapapun yang tidak memiliki hak atas kepemilikan alat produksi otomatis dimasukkan dalam kelas pekerja. Terdapat kesadaran palsu di dalam sistem kapitalis yang menyebabkan kelas pekerja tidak pernah menyadari kerugian waktu, tenaga, dan sumber penghasilan yang diterima. Pekerjaan yang dilakukan dianggap sebagai usaha pemenuhan kebutuhan hidup (Williams 1977).

Kapitalisme lekat dengan ekspansi teknologi, kepemilikan sumber daya industri dan dominasi atas pengetahuan, kekayaan dan hak asasi manusia (Wayne and Sungyoon 2012). Salah satu wadah kapitalisme yang melekat di masyarakat saat ini adalah industri media. Pemikiran ini secara khusus dituangkan dalam teori media Marxisme, yang membahas dari kacamata ekonomi-politik terkait kekuasaan dalam struktur dan konten media (Fuchs 2015).

Teori media Marxisme ini rupanya tidak berhenti hanya dalam ranah media konvensional. Dalam beberapa bukunya, Christian Fuchs membahas mengenai pandangan ini melalui kacamata media baru. Polemik kekuasaan dan kelas pekerja tetap ada walaupun bentuk media mengalami evolusi.

Kehadiran teknologi internet dipercayai merubah cara manusia dalam berinteraksi atas satu sama lain. Kacamata Marxisme memandang ini sebagai cikal bakal munculnya bentuk kapitalisme digital (Fuchs 2011). Hal inilah yang akan saya bahas dengan menjadikan praktik *citizen journalism* sebagai fokus analisis.

Citizen journalism merupakan gebrakan baru dalam dunia jurnalisme, yang memosisikan konsumen sebagai produsen. Masyarakat yang awalnya hanya pasif sebagai penerima berita, diberi kemampuan untuk membuat kontennya sendiri. Ide mengenai praktik jurnalisme warga ini telah menemui perdebatan sejak pertama kali mencuat. Perdebatan tentang *citizen journalism* dimulai ketika muncul mosi tidak percaya yang disuarakan oleh para profesional. Kredibilitas dalam *citizen journalism* adalah topik utama yang diangkat dalam pembahasan. Bagaimana mungkin membiarkan masyarakat awam memiliki fungsi sebagai *gatekeeper*-nya sendiri, di saat mereka bahkan tidak mengetahui apa itu kode etik jurnalistik? (Goode 2009).

Penggunaan istilah “*amateur*” dan “*professional*” pada tahun 2000-an di Britania juga semakin menambahkan daftar perdebatan apakah sesuatu yang dihasilkan oleh para non-reporter dapat menjadi sebuah berita yang dapat diterima kebenarannya. Namun, kemudian media Inggris melalui BBC perlahan melunak, terutama sejak terjadinya peristiwa bom di London pada tahun 2005, yang menjadi acuan dari masyarakat untuk mengirimkan berita mereka ke kantor berita tersebut. Pada tahun 2008, mengikuti jejak CNN, BBC membuka diri pada praktik *citizen journalism*.

Banyak momen yang kemudian mendukung adanya *citizen journalism* seperti meletusnya tsunami di Aceh dan Jepang, Badai Katrina, gempa di China, dan perang di beberapa negara seperti Iraq, Baghdah dan Palestina. Munculnya kejadian tak terduga ini memberikan angin segar pada praktik berita yang dibuat secara cepat dan sifatnya sangat *real time* dari masyarakat yang mengalami kejadian tersebut. *Citizen journalism* dipandang sebagai media baru yang memberikan sudut pandang lebih dari apa yang pernah diberikan media konvensional pada umumnya. Inilah faktor yang menyebabkan konsep berita berbasis warga ini masih ada sampai sekarang (Nah *et al.* 2017).

Jika pro dan kontra ini ditarik dalam kasus pelaksanaan *citizen journalism* di Indonesia, maka akan ditemukan pola yang sama, yaitu intervensi dari media arus utama dan orang-orang profesional. Perkembangan *citizen journalism* merupakan hal positif yang dapat memberikan kontribusi terhadap negara. Fitur yang terdapat dalam *citizen*

journalism dapat memberikan akses terhadap warga untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi (Alamiyah 2015).

Praktik *citizen journalism* sendiri secara jelas masuk ke Indonesia pada tahun 2004 melalui video amatir dari seorang korban tsunami Aceh kala itu yang kemudian banyak diambil oleh media karena waktu itu memang tidak ada bukti otentik yang bisa media berikan mengenai kejadian bencana alam yang tiba-tiba tersebut. Momen inilah yang mengawali pembuatan berita oleh amatir atau seseorang tanpa latar jurnalistik professional. Praktik *citizen journalism* kemudian meluas ketika dimasuki oleh media arus utama seperti *NET CJ* dari Net Mediatama, *Pasangmata* dari Detik.com, *Kompasiana* dari Kompas Gramedia Group, *Rubrik* dari Okezone.com, dan *Indonesiana* dari Tempo.co.

Dalam konteks artikel ini, saya memilih situs *Kompasiana* (kompasiana.com) sebagai fokus analisis mengingat ini adalah media berbasis *citizen journalism* tertua di Indonesia yang muncul pada tahun 2008. Kajian dinamika komodifikasi *citizen journalism* dalam *Kompasiana* telah dilakukan oleh para peneliti. Nasrullah (2012), misalnya, dengan menggunakan kacamata *cultural studies* mengindikasikan terjadinya komodifikasi dua arah antara pengguna dan media yang menaunginya. Ditemukan bahwa terjadi pemanfaatan tulisan pengguna oleh pihak *Kompasiana*. Namun, sesungguhnya penggunapun berhasil melakukan negosiasi terhadap regulasi yang diberikan oleh *Kompasiana*. Hal ini tercermin dari kustomisasi pada bagian profil pengguna, penulisan konten, dan pemanfaatan kolom komentar untuk keperluan beriklan. Pada akhirnya, antara *Kompasiana* dan penggunanya secara bersamaan melakukan komodifikasi antara satu sama lain sehingga struktur kelas dalam penerapan *citizen journalism* di *Kompasiana* sejatinya bersifat fleksibel.

Berbeda dari kajian sebelumnya yang membahas komodifikasi dalam *citizen journalism* di *Kompasiana* dari sudut pandang pengguna, artikel ini hendak melengkapi isu ini dari sudut pandang *Kompasiana* sebagai pengelola situs *citizen journalism*. Analisis tentang komodifikasi dan pembentukan relasi kuasa dalam artikel ini dilakukan menggunakan pendekatan ekonomi politik media Marxist dan dengan metode Analisis Wacana Kritis dari Van Djik. Dalam kajian ini, struktur kelas yang tercipta menempatkan *Kompasiana* sebagai pemilik modal dan pengguna sebagai buruhnya.

Konsep Marxisme mengenai Proletariat di Era Digital

Konsep dasar yang harus dipahami dari pemikiran Marxisme adalah proletariat dan kerja. Dua aspek ini menjadi corong utama untuk membaca praktik kapitalisme meskipun terjadi perubahan dalam industri dan teknologi (Hollander 2008). Pemikiran Marx mengenai buruh dan kerja berbeda dengan definisi yang dicetuskan oleh Aristoteles dan kerohanian gereja yang memandang kerja sebagai rahmat. Konsep kerja menurut Marx adalah sebuah konstruksi sosial yang dibentuk secara sengaja, bukan sesuatu yang langsung diturunkan dan semata-mata ditakdirkan oleh Tuhan (Marx 1867).

Marx juga beranggapan bahwa buruh sama sekali tidak ada kaitannya dengan pengabdian kepada Tuhan, melainkan bentuk asli dari sebuah sistem ekonomi yang terbagi dalam kelas-kelas sosial. Kerja adalah sebuah kegiatan sadar yang dilakukan manusia dalam rangka untuk menciptakan nilai guna, yang akan memenuhi kebutuhan akan sumber daya kehidupannya. Sedangkan buruh atau pekerja adalah mereka yang dipergunakan untuk mengubah sebuah sumber daya untuk menghasilkan nilai guna. Hal ini mengisyaratkan bahwa manusia adalah sebuah alat produksi yang bisa menghasilkan produk dan ide (Marx 1859).

Dalam proses produksi oleh manusia inilah konsep ekonomi dimasukkan oleh Marx. Ia menegaskan bahwa dalam setiap aktivitas manusia dalam membentuk sebuah nilai guna, konsep ekonomi tidak bisa dilepaskan dari sana, dalam bentuk untung dan rugi. Marx dan Hegel sesungguhnya memiliki perbedaan dalam penggunaan diksi kerja dan pekerja. Dalam Bahasa Jerman, kata “kerja” sering disatukan dengan kata “pekerja”, sehingga pemaknaan yang dimiliki oleh Marx ketika menulis konsep ini sedikit ambigu karena memang di Jerman kedua kata ini tidak secara umum dipisahkan. Kemudian Hegel memberikan catatan kaki pada karya Mar, dan mengatakan bahwa dalam Bahasa Inggris konsep ini menemui jalan keluar, dengan adanya dua bahasa berbeda, yaitu *work* dan *labour*.

Hegel mengatakan bahwa perbedaan antara keduanya terletak pada tujuan pelaksanaannya. *Work* lebih diasosiasikan pada kegiatan nilai guna yang memperhatikan kualitas produk dan pekerjanya. Sedangkan *labour* adalah sebuah aktivitas pembentukan nilai dengan mengukurnya secara kuantitatif, tanpa memberatkan kualitasnya. Dalam konsep *labour* yang dijelaskan oleh Hegel, seseorang bekerja dengan teralienasi dari pekerjaannya. Seorang buruh dikatakan sebagai buruh ketika ia bekerja tanpa memiliki akses ke kepemilikan alat produksi, dan hanya bertugas

sebagai mesin pembentuk nilai guna dan nilai tukar (Marx and Engels 2007).

Menurut Raymond Williams, kemunculan kata *labour* dalam Bahasa Inggris didahului dengan penggunaan kata Perancis *labor* dan istilah Latin *laborem*. Konsep kata ini diasosiasikan dengan bentuk *hardwork*, *pain*, dan *trouble* hingga kemudian tak heran ketika pada abad ke-18 kata *labour* sudah didefinisikan sebagai penggambaran kerja di bawah kondisi kapitalis. Kata *work* sendiri biasanya digunakan dalam konteks melakukan suatu aktivitas kerja secara umum. Dari konsep inilah kemudian terbentuk kelas pekerja dan kelas pemilik modal. Kelas pekerja kala itu disebut sebagai *proletar* dan kelas pemilik modal disebut sebagai kelompok *borjuis* (Williams 1977).

Lebih dalam lagi, Marxisme mengatakan bahwa kelas buruh diciptakan dan dikondisikan sebegitu rupa untuk tujuan surplus bagi para pemilik modal. Sebenarnya, yang menggerakkan ruang ekonomi bukan hanya terkait dengan penanaman modal, namun juga pengorganisasian dan pengaturan cara kerja para buruhnya. Inilah yang menyebabkan buruh begitu identik dengan pemenuhan target kerja secara paksa, waktu kerja yang bersifat karet dan upah yang minim (Fuchs 2014).

Dalam dunia komoditas, buruh merupakan bagian dari komoditas itu sendiri. Mereka bukanlah benda hidup yang dapat memilih apa yang dilakukan karena sejak awal tidak memiliki akses. Mereka hanyalah pekerja yang menerima peraturan dan menjalankannya hingga target pemilik modal tercapai. Buruh menjual kuasa mereka atas diri sendiri kepada para kapitalis. Soal pekerja dan kapitalis ini, Fuchs menulis: *The proletariat is "a machine for the production of surplus-value", and capitalists are "a machine for the transformation of this surplus-value into surplus capital"* (Fuchs 2015:33).

Lalu, bagaimanakah ketika konsep Marxist tentang buruh dan kerja ini diterapkan pada media digital saat ini? Dalam hal ini, Dallas Smythe (dalam Fuchs 2012) yang mengatakan bahwa pemikiran Marx mengenai kelas buruh dan pemilik modal secara kritis seharusnya bisa digunakan dalam menilik aspek-aspek sosial komunikasi. Dallas memaparkan bahwa sebuah proses komunikasi bukan hanya dilihat sebagai sebuah interaksi sosial, namun juga perlu ditelisik dari sisi ekonomi politiknya. Adanya pembahasan kritis melalui sudut ini memudahkan *status quo* mengenai pemanfaatan media oleh para pemilik modal. Ia mengatakan bahwa kebanyakan orang lupa bahwa media merupakan salah satu tempat di mana struktur kelas sangat mungkin terjadi dan sangat mungkin memberikan efek yang massif.

Menurut Smythe, ada delapan aspek yang menjadi inti pembahasan ekonomi politik komunikasi Marxisme: (1) *materiality*, (2) *monopoly capitalism*, (3) *audience commodification and advertising*, (4) *media communication as part of the base of capitalism*, (5) *labour-power*, (6) *critique of technological determinism*, (7) *the dialectic of consciousness, ideology and hegemony on the one side and material practices on the other side*, dan (8) *the dialectics of arts and science*.

Dalam poin-poin di atas diketahui bahwa salah satu wujud pembentukan kelas dalam ekonomi politik media adalah komodifikasi audiens, pemanfaatan tenaga pekerja, dan kesadaran palsu. Tiga unsur ini terefleksikan dalam aktivitas media di era digital. Media memiliki kapabilitas untuk mengakses, menyimpan, bahkan menggunakan kembali data-data privat para penggunanya entah untuk keperluan peningkatan rating, program siaran, atau diserahkan kepada para pengiklan. Pada akhirnya, audiens tidak pernah menyadari bahwa selama ini mereka dipekerjakan secara halus dan tanpa henti (Chandler 2019).

Ketika media digital sudah memasuki fase *user-generated content*, audiens tidak lagi berada dalam keadaan pasif, tapi telah mendapatkan ruang untuk menyusun kontennya sendiri. Tanpa bermaksud mengesampingkan dampak positif era baru dalam bermedia, pandangan ekonomi politik kritis yang disampaikan oleh Marxisme lebih menitikberatkan fenomena ini sebagai bentuk struktur kelas yang lebih canggih (Fuchs 2012).

Dalam diskusi tentang kritik terhadap ekonomi politik media, Horst Holzer dan Manfred Knoche membedakan empat fungsi media dalam kapitalisme (Holzer 2017) Marxist communication research has largely remained a “forgotten theory”. First, the paper analyses the role of communication in society, which requires thinking of how communication relates to work and production. Second, the paper analyses the emergence of communication in capitalist society. It shows that there is a close interaction of the dominant type of capitalism and the emergence and development of new means of communication. Third, the paper points out five roles of the media in capitalism (the production and sale of media products, advertising and commodity circulation, the legitimation of domination, regeneration and reproduction of labour-power, market for media technologies: (1) akumulasi modal dalam industri media; (2) iklan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan untuk industri lain; (3) legitimasi dominasi dan manipulasi ideologis; dan (4) reproduksi, regenerasi dan kualifikasi tenaga kerja.

Kendati bentuk media telah mengalami perubahan, nyatanya sistem kapitalis tetap digunakan dalam rangka memperbesar keuntungan. Dari

beberapa poin ekonomi politik media di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa konsep buruh digital erat kaitannya dengan manipulasi ideologi, pengeksploitasian dan juga komodifikasi pekerja melalui situs berbasis *user-generated content*. Seseorang dapat dikatakan menjadi bagian dari perburuhan ini ketika ia masuk dalam jaringan yang disediakan oleh pemilik modal, dan beraktifitas di dalamnya secara rutin tanpa menyadari bahwa ia tengah dipekerjakan secara cumacuma. Ia menganggap bahwa karya yang ditampilkan selama ini sebagai sebuah bentuk otoritas bermedia. Padahal sesungguhnya ia telah masuk dalam komoditas media sebagai produsen konten gratis, sumber data untuk para pengiklan, dan modal utama dalam menentukan rating.

Buruh Digital dalam *Citizen Journalism* di *Kompasiana*

Citizen journalism merupakan proses produksi dan penyiaran informasi yang dilakukan oleh warga yang tak terlatih dalam bidang jurnalistik dalam rupa artikel, berita, komentar sederhana, foto dan gambar (Chung *et al.* 2017). Ia merupakan sebuah bentuk media baru berbasis *user-generated content*. Audiens bukan lagi berperan sebagai konsumen, melainkan merangkap juga sebagai produsen.

Berdasarkan konsep kritik ekonomi politik media Marxisme dari Holzer dan Knoche di atas, ternyata bentuk keterlibatan konsumen ini tak luput dari pembentukan hierarki sosial. Pemilik media tetap memiliki kuasa untuk menciptakan perburuhan digital atas penggunaannya melalui komodifikasi regulasi, upah dan eksploitasi jam kerja sebagaimana terlihat dalam kasus *Kompasiana*.

Relasi Kuasa dan Manipulasi Kebebasan dalam Regulasi Kompasiana

Seperti terlihat pada Gambar 1 dan Gambar 2, pada mulanya *Kompasiana* muncul dengan *tagline* “*Sharing and Connecting*”, yang kemudian berubah menjadi “*Beyond Blogging*”. Pembaharuan merk ini bertujuan untuk memberikan label pembeda antara *Kompasiana* dengan aktivitas blog atau *citizen journalism* yang sudah lebih dulu menyebar di masyarakat. Menelisik dari *tagline* yang bermakna “*lebih dari sekedar ngeblog*”, *Kompasiana* menawarkan hal baru dan lebih baik mulai dari keterhubungan terus-menerus, keberagaman bahasan, persebaran media yang lebih intens, teknologi situs yang lebih mumpuni, hingga pengelolaan konten *Kompasiana*. Bukan hanya itu, *Kompasiana* juga memberikan penegasan pada fungsinya sebagai media penyalur opini dan gagasan masyarakat.

Penawaran yang diberikan oleh *Kompasiana* mengisyaratkan era *citizen journalism* yang lebih luas dan mumpuni. Namun, jika diperhatikan, layaknya di situs *citizen journalism* berbasis media arus utama lainnya, *Kompasiana* juga memperlihatkan adanya ketentuan-ketentuan khusus. Hal ini disusun oleh pihak media untuk meregulasi kaidah penulisan dan keberlangsungan kegiatan yang dilakukan oleh penggunanya.

Pada Gambar 1 berupa tampilan depan situs web *Kompasiana*, dapat dilihat bahwa *Kompasiana* memiliki beberapa ketentuan yang berkaitan dengan Definisi, Ketentuan Layanan, Ketentuan Konten, Penggunaan dan Hak Cipta, Sanggahan dan Pelaporan Konten, Ketentuan Perubahan dan Undang-undang ITE. Selain itu, *Kompasiana* juga memiliki rubrik-rubrik yang dijadikan acuan bagi *Kompasioner* untuk menulis. Regulasinya dibagi menjadi tujuh bagian sebagai berikut:

1. Definisi, yang berisi bagaimana cara mendefinisikan *Kompasiana* hingga ke istilah-istilah yang digunakan di dalamnya;
2. Ketentuan Layanan, yang berisi tentang siapa yang berhak dan boleh menggunakan *Kompasiana*;
3. Ketentuan Konten, mengenai apa saja dan bagaimana tulisan yang bisa masuk ke dalam *Kompasiana*;
4. Penggunaan Hak Cipta, yang berisi tentang kepemilikan dan sejauh mana konten yang telah masuk di *Kompasiana* boleh diperlakukan;
5. Sanggahan dan Pelaporan Konten, yang berkaitan dengan komplain dan masalah yang sewaktu-waktu terjadi karena konten yang masuk ke *Kompasiana*;
6. Ketentuan Perubahan, yang berkaitan dengan hak tunggal *Kompasiana* dalam melakukan perubahan atas setiap aspek di situs web tersebut; dan
7. UU ITE, yang menjelaskan dasar-dasar dan payung hukum *Kompasiana* sebagai sebuah media yang patuh pada hukum Indonesia.

Melalui peraturan tersebut, *Kompasiana* memperlihatkan diri sebagai pemilik situs, dengan kekuasaan tertinggi berada pada tataran redaksinya. Ia berhak menentukan siapa yang boleh mendaftar dan menulis di situsnya. Tak hanya itu, ketentuan juga dibentuk untuk mengatur jenis konten, kaidah menulis, waktu terbit, dan pengaturan tulisan yang sudah didaftarkan.

Kompasiana juga mengatur bagaimana tulisan-tulisan itu disimpan, ditampilkan, bahkan berhak mengubah, menolak, dan menurunkan tulisan

kan saja tergantung dari keputusan jajaran redaksi. Lebih jauh lagi, *Kompasiana* menentukan bagaimana cara mendefinisikan diri sebagai redaksi dan orang luar sebagai pengisi situs (*Kompasioner*). Adanya aktifitas pelabelan ini kemudian memunculkan hirarki, yang menunjukkan kesenjangan posisi antara pemilik dengan pengguna. Hal ini tercermin pula dalam proses pengesahan peraturan, yang hanya dilakukan oleh redaksi *Kompasiana*, tanpa melibatkan para pengguna.

Seperti yang dipaparkan dalam Gambar 3, keputusan *Kompasiana* mengenai aturan dan segala persyaratannya bersifat sepihak, absolut, dan tidak dapat diganggu gugat. Walaupun *Kompasiana* mengatakan *Kompasioner* diberi kebebasan untuk mengemukakan informasi, gagasan, ataupun tanggapan yang bertanggungjawab, secara kritis dapat dilihat bahwa kebebasan itu semu sejak pertama kali *Kompasioner* mendaftarkan diri dan terikat dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Kompasiana meletakkan regulasi yang dibuat sebagai sebuah keputusan final, yang tidak dapat dipertanyakan dan diubah oleh *Kompasioner*. Dalam kondisi ini, sudah dapat dilihat adanya relasi kuasa yang dibangun oleh *Kompasiana*. Tampak jelas batasan tentang siapakah yang memiliki akses penuh terhadap alat-alat produksi dan siapa yang sejatinya hanya dibutuhkan sebagai penghasil komoditi. *Kompasiana* memberikan penekanan bahwa siapapun yang mau masuk ke dalam keanggotaan, mutlak hukumnya harus bersedia mengikuti peraturan yang ada. Orang-orang yang bisa menulis dan dipublikasikan hanyalah mereka yang mau dan sepakat untuk diikat oleh ketentuan *Kompasiana*.

Kompasiana berhak mengubah atau menarik layanan dan akses tersebut dengan atau tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Ia juga tidak bertanggung jawab untuk dan atas alasan apapun jika pada suatu saat pengguna tidak dapat mengakses situs *Kompasiana*. Dari waktu ke waktu, *Kompasiana* dapat membatasi pengguna terdaftar untuk mengakses layanan di situsnya. *Kompasiana* secara sepihak berhak mengganti nama *Kompasioner* jika tidak lulus verifikasi dan melakukan pemblokiran akun. *Kompasioner* juga sama sekali tidak boleh membawa-bawa nama yang memiliki afiliasi dengan bisnis milik Kompas Gramedia Group.

Peraturan yang ada di *Kompasiana* memosisikan *Kompasioner* bukan sebagai subjek, melainkan objek. Walaupun mengatakan bahwa situs tersebut berbasis *user-generated*, *Kompasioner* tidak bisa menulis berdasarkan peraturan yang diinginkan secara pribadi, melainkan murni atas peraturan yang ditekankan oleh jajaran redaksi. Semuanya dikontrol sedemikian rupa, termasuk mengenai bagaimana para *Kompasioner* boleh

mendefinisikan identitasnya sendiri. Hal ini merefleksikan kontrol ideologi oleh pemilik modal terhadap pekerjaannya, yang terwujud dalam pengaturan alur dan sistem komunikasi (Fuchs 2014).

Peraturan tersebut memperlihatkan eksistensi *Kompasiana* sebagai media *citizen journalism* yang disetir oleh para profesional. Seluruh regulasi disahkan tanpa lebih dahulu menanyakan atau mengadakan diskusi dengan para pengguna. Jika ditarik kembali pada makna dasar *citizen journalism*, seharusnya tujuan utama dari kegiatan jurnalisme yang dilakukan adalah memberdayakan masyarakat non-profesional secara penuh, terlepas dari pengaruh media arus utama (Chung *et al.* 2017). Pergerakan *Kompasioner* sangat terbatas karena *Kompasiana* dapat melakukannya kapan saja dan secara sepihak. Bukan hanya di dalam kontennya, *Kompasiana* juga memberikan keterbatasan dalam fleksibilitas akun *Kompasioner*.

Jika praktik ini dilihat dengan sudut kapitalisme, maka *Kompasiana* dan *Kompasioner* berada dalam ironi struktur kelas. Pemilik modal berkuasa untuk menentukan alur produksi mulai dari alat hingga pekerja. Dalam kasus ini, alat produksi yang dimiliki oleh *Kompasiana* adalah situs resmi, legalitas untuk publikasi, dan jaringan yang sangat luas sebagai salah satu anak dari Kompas Gramedia Group. Ketika seseorang tidak menyetujui persyaratan yang diajukan oleh *Kompasiana*, resikonya ia akan teralienasi dari kelompok sesama penulis *citizen journalism*. Ia tidak akan mendapatkan akses publikasi dan tidak akan memiliki media untuk menyuarkan aspirasinya.

Ini sama halnya ketika seorang buruh boleh menolak untuk mengikuti aturan perusahaan, yang menyebabkannya kehilangan pekerjaannya. Pada akhirnya, pemilik perusahaan akan mendapatkan kekuasaan atas diri buruh tersebut beserta seluruh hasil produksi kerjanya. Kelemahan struktur kelas diungkapkan oleh Marx dalam konsep alienasi, yaitu munculnya kesenjangan antara pihak kapitalis pemilik modal dengan para buruh. Kapitalis bisa membuat aturan mengenai jam kerja, jenis kerja, dan upah sesuai dengan yang mereka inginkan tanpa perlu meminta persetujuan dari pekerja. Dan risiko sebagai pekerja yang bergantung pada akses kapitalis adalah mengikuti segala peraturan tersebut atau menolak dan kehilangan akses kerja (Elster 1986).

Setiap *Kompasioner* diindikasikan menyadari bahwa mereka harus tunduk dalam peraturan yang dibuat oleh *Kompasiana*. Namun, mereka tidak merasa berat akan hal itu dan secara sukarela mendaftarkan diri sebagaimana dikatakan oleh Terranova (2000): “*Simultaneously voluntarily given and unwaged, enjoyed and exploited, free labor on the Net includes*

the activity of building website...” Hal inilah yang kemudian dikatakan sebagai hegemoni kekuasaan dalam praktik *citizen journalism* (Kperogi 2011).

Terdapat selubung kesadaran palsu yang diciptakan dalam praktik *citizen journalism*. Hal ini secara implisit membuat masyarakat meyakini bahwa mereka bekerja secara bebas dan media tidak mengambil keuntungan apapun. Lebih jauh lagi, masyarakat yang andil dalam *citizen journalism* menikmati pekerjaan yang dilakukan dan memberikan waktu serta tenaga tanpa dibayar. Anggota *citizen journalism* juga tidak mempermasalahkan data pribadi yang digunakan sebagai pondasi utama dalam pembangunan situs.

Relasi kuasa dan manipulasi kebebasan juga tercermin dalam ketentuan tentang konten *Kompasiana* sebagaimana dalam Gambar 4. Dalam seksi ini, *Kompasiana* mengklasifikasikan hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh *Kompasioner*. Tiap pengguna diperbolehkan untuk menganggap diri mereka sebagai *citizen journalist*, namun tidak diperkenankan mengaku sebagai bagian dari *Kompasiana*.

Jika ditilik lebih cermat, ketentuan ini memberikan ilusi kebebasan bagi pengguna sebab ternyata *Kompasiana* pun memberikan batasan pada deskripsi diri penggunanya padahal setiap konten yang dipublikasikan oleh *Kompasioner* secara resmi sudah menjadi milik *Kompasiana*, tanpa harus memberikan bayaran. Pihak redaksi bahkan berhak melakukan perubahan, penarikan, penghapusan terhadap konten *Kompasioner*, berhak memiliki dan membuat aturan atas konten yang tidak pernah mereka buat dan tidak diupah. Ini pula yang dikatakan oleh Karl Marx sebagai alienasi pekerja, yaitu pemisahan pekerja terhadap hasil produksinya sendiri (Elster 1986).

Ploretariat Digital: Buruh dengan Jam Kerja Terlama dan Gaji Semu

Jika dalam produksi konvensional buruh identik dengan kegiatan kerja di pabrik atau lapangan, jam kerja karet, dan upah yang tidak sepadan, maka dalam proletariat digital hal tersebut terakumulasi dalam bentuk yang berbeda. Situs *Kompasiana* tidak pernah tutup selama 24 jam, dalam keadaan apapun seseorang masih bisa mengakses dan melakukan aktivitas di dalamnya. Pekerjaan bisa dilakukan di manapun dan kapan pun, dalam kondisi apapun.

Pada umumnya, proletariat digital akan merasa senang untuk berlama-lama online dan menikmati situs. Mereka menulis, mengontak teman, membaca tulisan-tulisan lain yang menarik lalu mengomentari

dan membagikannya ke *platform* online yang lain tanpa menyadari bahwa mereka tengah bekerja untuk situs-situs tersebut.

Proletariat digital dilingkupi oleh kesadaran semu terkait aktivitas perburuhan yang dijalani. Seorang pengguna internet tidak akan menyadari bahwa ia tengah dieksploitasi dari segi waktu, ide, tenaga, juga biaya untuk mengakses situs yang diinginkan. Dalam kasus *Kompasiana*, *Kompasioner* memerlukan sumber daya sendiri untuk bisa masuk ke dalam situs tersebut, mengorbankan waktu, dan menukar tenaga dan ide yang dimiliki dengan publikasi. Hal inilah yang kemudian memunculkan sebuah kondisi yang dinamakan *surplus value*, yaitu kondisi ketika kapitalis menerima keuntungan jauh lebih besar dari modal yang dikeluarkan (Fuchs 2015b).

Citizen journalism pada *Kompasiana* mengisyaratkan adanya pekerja online yang tidak diupah. Jika pada awalnya biaya operasional sebuah perusahaan akan terpotong banyak oleh gaji pegawai, maka dalam kasus buruh digital, hal itu tidak berlaku. Seorang *Kompasioner* tidak akan keberatan walaupun tidak diberikan gaji, asalkan diberikan akses ke dalam situs *Kompasiana*.

Bagi *Kompasiana*, uang yang seharusnya dibelanjakan sebagai gaji pegawai tadi bisa diputar kembali menjadi keuntungan mereka. Tanpa harus mengeluarkan dana, *Kompasiana* tetap mendapat keuntungan dari data *Kompasioner*, yang ke depannya akan digunakan untuk keperluan menciptakan iklan yang tertarget. Inilah *surplus value*, di mana *Kompasiana* mendapatkan banyak keuntungan tanpa perlu mengeluarkan banyak biaya.

Ketika pengguna internet menjadi konsumen dan produsen aktif, perspektif Marxisme memandangnya sebagai bentuk buruh produktif yang menghasilkan nilai lebih dan dieksploitasi oleh modal (Fuchs 2011). Karena itu, yang dipekerjakan oleh pemilik modal demi nilai *surplus* bukan hanya mereka yang berada dalam struktur resmi media saja, melainkan pengguna yang terlibat secara intens dalam produksi konten dan data.

Dalam hal ‘upah’, *Kompasiana* memberi *Kompasioner* dalam bentuk akses media, publikasi, dan ‘upah lebih’ dengan sistem pemangkatan dan poin sebagaimana dalam Gambar 5 dan 6. *Kompasiana* menarasikannya sebagai poin dan pangkat bagi *Kompasioner* yang aktif menjelajah dan berkontribusi. Dalam konteks pemikiran Marxisme, upah pekerja tidak hanya terbatas dalam bentuk uang, melainkan bisa diganti dan dikondisikan oleh kapitalis. Hal ini disebabkan karena kapitalislah yang berhak membentuk nilai dalam sebuah objek. Dalam kasus *Kompasiana*, para *Kompasioner* tidak diberikan upah berupa uang, melainkan corong publikasi. Pihak pemilik modal berusaha untuk meyakinkan pengguna bahwa jaringan yang

disediakan bertujuan untuk memberikan media publikasi pribadi di mana pengguna bisa merasakan otoritas atas karya yang diciptakan. Padahal pada kenyataannya, aktivitas dan informasi para pengguna dijadikan sebagai bahan bakar utama untuk mencukupi kepentingan perusahaan (Fuchs and Sandoval 2014). *Kompasiana* memosisikan diri sebagai wadah yang terbuka, menawarkan berbagai kemudahan dalam hal publikasi kepada masyarakat. Dalam hal ini, kultur parsipatoris yang terbentuk digunakan sebagai dasar untuk bisa mendapatkan konten tanpa harus memberikan kembalian berupa uang.

Aturan di atas merupakan upaya redaksi *Kompasiana* untuk meningkatkan kunjungan *Kompasioner* melalui pemberian upah berupa poin dan pangkat. Namun, keduanya dapat diklaim hanya jika *Kompasioner* melakukan kegiatan kerja dengan intensitas yang lebih tinggi. Hal ini merefleksikan pikiran utama Marxisme mengenai eksploitasi dan komodifikasi pekerja bahwa dalam kapitalisme *surplus value* didapatkan bukan hanya dari hasil, melainkan penekanan biaya selama proses bekerja (Fuchs 2015).

Selain itu, *Kompasiana* tidak hanya mendapatkan *surplus value*, melainkan juga akan memperoleh *surplus of labour time*. Tiap *Kompasioner* dimotivasi untuk menghabiskan waktu lebih banyak agar bisa mencapai standar poin dan pangkat yang disediakan oleh redaksi. Dua keuntungan yang diterima oleh *Kompasiana* ini memperlihatkan bahwa pengguna diminta untuk bekerja tanpa batas waktu dan menerima pembayaran yang semu.

Kesimpulan

Artikel ini telah menunjukkan bahwa tren *citizen journalism* yang semula berkecimpung dalam ranah non-professional mulai masuk ke dalam putaran bisnis media arus utama sebagaimana dalam kasus *Kompasiana*. Dalam praktiknya, ternyata *citizen journalism* yang dikooptasi oleh media arus utama tidak lagi memiliki esensi yang sama. Dalam kacamata ekonomi dan politik media Marxist, terdapat pembentukan hirarki sosial yang memisahkan antara *Kompasiana.com* sebagai pemilik modal dan penggunanya. Hal ini, pada gilirannya melahirkan ploreariat digital sebagaimana dapat dilihat dalam komodifikasi pengguna *Kompasiana* dalam bentuk komodifikasi regulasi, upah, dan eksploitasi jam kerja.

Komodifikasi regulasi terlihat dari bagaimana *Kompasiana* mengatur aktivitas *Kompasioner* melalui proses pendaftaran akun. Siapapun yang ingin berkontribusi dan menulis di dalamnya harus sanggup mengadaptasi

seluruh sistem yang telah ditentukan sebelumnya. Peraturan yang diberikan hanya untuk dijalankan, bukan untuk diubah maupun dipertanyakan. *Kompasiana* juga berkuasa penuh terhadap identitas pengguna, cara penulisan nama, hingga bagaimana akun tersebut harus digunakan. *Kompasiana* pun memiliki akses penuh terhadap alat produksi. Jajaran redaksi berhak menentukan siapa yang boleh dan tidak boleh mendapatkan publikasi, memiliki kuasa untuk mengatur pemblokiran akun, bahkan penghentian aktifitas *Kompasioner* tanpa pemberitahuan sebelumnya.

Selain itu, komodifikasi upah dan eksploitasi jam kerja terbentuk dari hegemoni atau kesadaran palsu *Kompasioner*. Selama ini para buruh tidak menyadari bahwa mereka dieksploitasi secara tenaga, waktu, dan upah kerja sebab buruh memandang aktivitas kerja sebagai sebuah kebutuhan dan kegiatan wajar untuk memenuhi hajat hidup. Hal yang serupa terjadi dalam praktik *citizen journalism* oleh *Kompasiana.com*. Tiap *Kompasioner* dimotivasi untuk bekerja dan memperbanyak waktu penjelajahan di situs *Kompasiana* dengan bayaran yang dikomodifikasi dalam bentuk maya, berupa pangkat dan poin. *Kompasiana* mendapatkan konten lebih banyak, grafik situs yang lebih aktif tanpa harus mengeluarkan biaya untuk gaji pegawai.

Terakhir, proletariat digital terjadi berkaitan dengan jam kerja. Jika pada buruh konvensional identik dengan jam kerja karet, maka buruh digital *Kompasiana* justru bekerja 24 jam. Tiap pengguna bisa mengakses dan melakukan kegiatan tanpa batas waktu sebab *Kompasiana* memang tidak pernah tutup. Hal ini justru memberikan *surplus of labour time* kepada redaksi. Hegemoni juga terbentuk atas pemberian data suka rela oleh *Kompasioner*, yang dipandang sebagai syarat biasa, tanpa memikirkan kaitannya dengan kepentingan *rating* dan pendapatan *Kompasiana*.

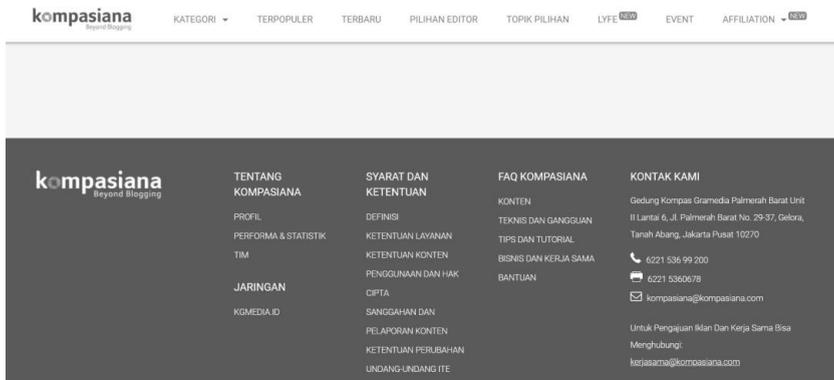
Referensi

- Alamiyah, Syifa Syarifah. 2015. "Peluang dan Tantangan Citizen Journalism Indonesia." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7(2):27–38.
- Chandler, David and Christian Fuchs, eds. 2019. *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*. London: University of Westminster Press.
- Chung, Deborah S., Seungahn Nah, and Masahiro Yamamoto. 2017. "Conceptualizing Citizen Journalism: US News Editors' Views." *Journalism* 19(12):1694–1712, doi: 10.1177/1464884916686596.

- Elster, Jon. 1986. *An Introduction to Karl Marx*. New York: Cambridge University Press.
- Fuchs, Christian and Vincent Mosco, eds. 2016. *Marx and the Political Economy of the Media*. Leiden and Boston: Brill.
- Fuchs, Christian. 2012. "Dallas Smythe Today - The Audience Commodity, the Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value." *tripleC* 10(2):692–740.
- Fuchs, Christian. 2014. *Digital Labour and Karl Marx*. New York: Routledge.
- Fuchs, Christian. 2015. *Reading Marx in the Information Age*. New York: Routledge.
- Fuchs, Christian and Eran Fisher, eds. 2015b. *Reconsidering Value and Labour in the Digital Age*. London: Palgrave Macmillan.
- Fuchs, Christian, and Marisol Sandoval. 2014. "Critique, Social Media and the Information Society." Pp. 1–268 in *Routledge Studies in Science, Technology and Society*, edited by C. Fuchs and M. Sandoval. London: Routledge.
- Goode, Luke. 2009. "Social News, Citizen Journalism and Democracy." *New Media and Society* 11(8):1287–1305, doi: 10.1177/1461444809341393.
- Hollander, Samuel. 2008. *The Economics of Karl Marx (Analysis and Application)*. New York: Cambridge University Press.
- Holzer, Horst. 2017. *The Forgotten Marxist Theory of Communication & Society*. Vol. 15. Creative Commons License.
- Hutagalung, Inge. 2013. "Dinamika Sistem Pers di Indonesia." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(2):53–60, doi: 10.14710/interaksi.2.2.156-163.
- Kperogi, Farooq A. 2011. "Cooperation with the Corporation? CNN and the Hegemonic Cooptation of Citizen Journalism through Ireport.Com." *New Media and Society* 13(2):314–29. doi: 10.1177/1461444810373530.
- Marx, Karl. 1859. *Chapter 1. The Commodity*. Moscow: Progress Publishers.
- Marx, Karl. 1867. "Capital I, The Process of Production of Capital." 1887(1999):505.
- Marx, Karl and Frederick Engels. 2007. *Communist Manifesto*, edited by F. Engels. New York: International Publishers.

- Nah, Seungahn, Kang Namkoong, Rachael Record, and Stephanie K. Van Stee. 2017. "Citizen Journalism Practice Increases Civic Participation." *Newspaper Research Journal* 38(1):62–78, doi: 10.1177/0739532917698444.
- Nasrullah, Rulli. 2012. "Komodifikasi Warga dalam Ruang Citizen Journalism." *Jurnal Kawistara* 2(2), doi: 10.22146/kawistara.3972.
- Terranova, Tiziana. 2000. "Free Labor : Producing Culture for the Digital Economy." *Social Text* 63 18(2):33–58.
- Wayne, Mike, and Choi Sungyoon. 2012. *Marx's Das Kapital for Beginners*. Vol. 3. USA: Steerforth Press.
- Williams, Raymond. 1977. *Marxism and Literature*. New York: Oxford University Press.

Gambar 1
Tampilan Depan dan Menu Situs *Kompasiana*



Gambar 2
Profil *Kompasiana*



Gambar 3
 Syarat dan Ketentuan *Kompasiana* yang Sepihak dan Mengikat



Gambar 4
 Ketentuan Konten *Kompasiana*



Gambar 5
 Pangkat dan Poin *Kompasiana*



Gambar 6

Pangkat dan Poin *Kompasiana*

Nah, bagaimana cara Kompasianer bisa meningkatkan pangkat akun Anda? Caranya dengan mengumpulkan poin berdasarkan aktivitas Anda di *Kompasiana*. Poin akan meningkat apabila Anda melakukan hal berikut ini:

- Mendapatkan komentar: 1 poin
- Mendapatkan nilai: 1 poin
- Posting artikel: 5 poin
- Registrasi awal: 50 poin
- Verifikasi hijau: 50 poin
- Verifikasi biru: 100 poin
- Artikel masuk daftar pilihan: 5 poin
- Artikel masuk daftar headline: 10 poin