

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan populasi warga yang banyak. Menurut databoks (2019) berdasarkan Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Indonesia diperkirakan akan mencapai 270 juta jiwa pada tahun 2020. Dari total jumlah populasi tersebut didominasi oleh usia produktif. Kelompok usia produktif adalah kelompok usia mulai dari 15 tahun hingga maksimal 64 tahun. Fakta tersebut dapat menjadi dampak positif bagi Indonesia karena membuka peluang besar untuk meningkatkan perekonomian negara.

Generasi Y atau yang kerap disebut generasi millennial merupakan salah satu elemen yang penting pada kelompok usia produktif. Menurut Howe & Strauss (2006), millennial merupakan kelompok generasi dengan tahun kelahiran antara 1982-2000. Dapat disimpulkan bahwa kelompok usia millennial adalah orang-orang yang berusia 20-38 tahun. Millennial memiliki karakter dan pola pikir yang jauh berbeda dari generasi sebelumnya, yaitu generasi X. CNN Indonesia (2018) menjelaskan bahwa generasi millennial memiliki karakter sangat menguasai gawai, teknologi serta aktif di media sosial. Karakter tersebut erat kaitannya dengan situasi sosial dan ekonomi, ketika mereka dilahirkan, yaitu pada jaman segala sesuatu sudah tersedia dan mudah didapat. Hal yang lainnya juga berdampak pada pengambilan keputusan dan sikap yang diambil dalam setiap keadaan. Salah satu aspek yang mencolok adalah dalam hal pekerjaan.

Millennial memiliki perbedaan yang cukup banyak dengan generasi X. Menurut Ryan Adriandhy(2020), millennial memiliki kecenderungan untuk berpindah-pindah kerja, bahkan tidak sedikit dari generasi millennial yang memutuskan untuk menjadi wirausaha di usia dini hingga menjadi pekerja lepas. Hal tersebut karena millennial suka dengan tantangan. Millennial juga merasa ingin ada peningkatan baik dari karir maupun gaji, sehingga ketika mereka tidak merasakan adanya tantangan dalam pekerjaannya, mereka tidak akan ragu untuk mencari pekerjaan yang baru. Karakter cepat bosan dan ingin instan yang dimiliki oleh generasi millennial juga mendorong mereka untuk berganti pekerjaan, berbeda dengan generasi X yang terbilang lebih sabar. Generasi X lebih tertarik pada jenjang karir. Karena fokus generasi X pada pekerjaannya adalah mengenai jejang karir, maka generasi X akan merasa puas ketika mereka mendapatkan promosi dengan gaji yang sama.

Dalam video yang diunggah Opini.id (2020) juga menyatakan bahwa selain tantangan, generasi millennial juga memiliki kecenderungan untuk mencari cara untuk memuaskan diri sendiri. Jenis kepuasan yang dimiliki oleh generasi millennial adalah kepuasan jangka pendek, contohnya dalam bentuk kesenangan travelling, konser, hingga validasi media sosial. Kecenderungan tersebut membuat mereka merasa perlu menjaga keseimbangan antara pekerjaan dengan gaya hidupnya. Ketika mereka merasa pekerjaan mereka tidak mampu memenuhi keseimbangan tersebut, maka mereka juga tidak akan ragu untuk meninggalkan pekerjaan mereka. Generasi millennial juga memiliki opsi pekerjaan yang jauh lebih banyak dan beragam, sedangkan generasi X akan memilih pekerjaan yang dianggap baik di mata masyarakat seperti dokter,

pegawai negeri sipil, maupun pekerja kantoran. Generasi millennial tidak terlalu mementingkan aspek-aspek tersebut, karena generasi millennial beranggapan bahwa sukses bisa darimana saja.

Dari alasan-alasan tersebut banyak orang dari generasi millennial pada akhirnya memutuskan untuk memilih pekerjaan sesuai dengan minat mereka. Meskipun beresiko, generasi millennial tetap akan memilih apa yang dapat membuat mereka merasa nyaman dalam menjalani pekerjaan tersebut. Salah satu yang saat ini sedang tren adalah pekerja lepas.

Pekerja lepas atau yang lebih akrab disebut *freelancer* adalah orang-orang yang bekerja tidak terikat kontrak jangka panjang dengan perusahaan apapun. Pekerja lepas tidak dihitung sebagai pekerja tetap karena tidak memiliki keterikatan kontrak kerja jangka panjang. Berdasarkan penelitian Elance-oDesk dan *Millennial Branding* (2014) di Amerika Serikat 79% millennial mempertimbangkan untuk keluar dari pekerjaannya saat ini dan bekerja untuk dirinya saat ini di masa depan. Di Indonesia sendiri ketertarikan millennial untuk bekerja dari rumah masih sangat tinggi. Di Indonesia, pekerja lepas atau freelance masuk ke dalam kategori pekerja informal.

Mengutip sumber audiovisual Tirto.id (2020), menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang termasuk ke dalam *freelancer* adalah mereka yang bekerja di bidang pertanian maupun non pertanian atas usahanya sendiri. Setiap tahunnya, persentase jumlah *freelancer* di Indonesia dari tahun 2014 hingga 2019 terus meningkat. Pada tahun 2014 tercatat sekitar 31,8 juta orang yang bekerja sebagai *freelancer*, hingga pada tahun 2019 jumlah *freelancer* meningkat jadi 35,3 juta orang. Untuk kelompok

millennial sendiri, ada sekitar 7,3 juta orang dari total 35,3 juta orang yang menjadi *freelancer*. Data tersebut tercatat hingga Februari 2019. Jumlah tersebut setara dengan 20% dari populasi *freelancer*. Faktor tersebut ditambah dengan peningkatan jumlah *freelancer* kalangan millennial setiap tahun merupakan indikasi kuat bahwa *freelancer* di kalangan millennial sedang menjadi tren. BPS dalam produknya Indeks Pekerja Paruh Waktu juga menambahkan bahwa millennial yang tercatat tersebut adalah mereka yang berusia 25-34 tahun. Pekerja *freelancer* masih didominasi oleh laki-laki dengan jumlah 5,1 juta orang, sementara *freelancer* perempuan hanya berjumlah 2,1 juta saja.

Tren *Freelance* digemari oleh banyak millennial karena jenis pekerjaan *freelance* sangat cocok dengan karakter millennial yang suka dengan jam kerja dan tempat kerja yang fleksibel. Masalah loyalitas dan kualifikasi kerja juga menjadi faktor pendorong millennial akhirnya beralih menjadi seorang *freelancer*. Walaupun *freelance* terlihat memiliki banyak keuntungan bagi kaum millennial, tipe pekerjaan *freelance* memiliki resiko kerja yang cukup besar. *Freelance* tidak memiliki jaminan kerja dan tidak mendapatkan perlindungan negara. Tidak hanya itu, *freelance* kerap kali dipekerjakan oleh perusahaan atau lembaga yang tidak berbadan hukum. Hal ini yang tidak banyak diketahui maupun disadari oleh kaum millennial.

Freelance dapat dilakukan di banyak bidang, namun tren *Freelance* didominasi oleh bidang desain. Menurut Yuniar Maria (2020), bidang pekerjaan sebagai analis dan konsultan bisnis juga banyak dicari. Perusahaan mencari pekerja lepas di bidang analis dan konsultan bisnis karena pekerjaan ini memiliki tekanan stress yang cukup tinggi,

sehingga dengan bekerjasama dengan pekerja lepas dapat memangkas biaya yang tidak perlu bagi perusahaan tersebut. Profesi *freelance* yang juga cukup menjanjikan adalah perencana keuangan. Perencana keuangan akan selalu berurusan dengan pembukuan dan pemantauan pajak yang diperkirakan terus meningkat. Yuniar Maria (2020) menyebut bahwa jumlah pekerja lepas di bidang ini belum banyak sehingga profesi ini memiliki bayaran yang cukup tinggi. Selain dua profesi tersebut, profesi *freelancer* lainnya adalah *voice over*, entri data, *programmer java*, editor foto, *content creator*, *translator*, dan lain-lain.

Tidak hanya bidang profesi *freelance*, gaji dari para pekerja lepas sangat bervariasi. Sebuah situs *freelance* yang bernama Fastwork.id memiliki variasi gaji sesuai yang ditawarkan oleh pekerja itu sendiri. Harga jasa *freelance* mulai dari tiga puluh ribu rupiah hingga satu setengah juta rupiah untuk sekali kerja. Dalam sebuah video yang diunggah Cretivox (2019), mereka mewawancarai sejumlah millennial tentang gaji mereka selama sebulan. Dalam hasil wawancaranya menyebutkan bagi mereka yang bekerja sebagai *freelancer* memiliki gaji 5-7 juta per bulannya. Tentu gaji yang mereka dapatkan tiap bulannya tidak menentu, namun sedikitnya mereka dapat menghasilkan 5 juta setiap bulannya.

McQuail (2005) dalam teorinya yang berjudul *New Media* menjelaskan bahwa media digital atau yang lebih umum disebut media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan computer dan telepon genggam canggih. Media digital memiliki konten yang berbentuk gabungan data, teks, suara dan gambar yang disimpan dalam format digital. Saat ini bentuk media digital dapat berupa alat komunikasi yang

canggih, hingga fitur-fitur aplikasi yang berbasis internet. Fitur aplikasi tersebut misalnya Zoom Meeting, Google Meet, Microsoft Teams, hingga aplikasi media *intelligence*.

Abraham Maslow (2019) menjelaskan bahwa motivasi adalah alat pendorong dari dalam manusia yang menyebabkan manusia tersebut berbuat sesuatu atau berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Antara motivasi dengan motif memiliki hubungan timbal balik, yakni motivasi merupakan hal yang membangkitkan motif, atau dengan kata lain yang menjadi penggerak dalam melakukan sesuatu.

Dari pemaparan di atas, hal-hal tersebut menjadi ketertarikan penulis untuk melaksanakan penelitian mengenai motif millennial terhadap tren *freelance* saat ini. Penelitian ini akan melihat mengenai apa saja yang diketahui millennial mengenai tren *freelance*, seberapa besar ketertarikan millennial terhadap tren tersebut, dan motif apa yang membuat mereka tertarik dengan jenis pekerjaan lepas berdasarkan ranah keahlian yang mereka miliki. Penelitian akan melibatkan millennial dengan rentang umur 20-38 tahun. Walaupun penelitian mengenai pekerja lepas terbilang belum banyak, namun terdapat beberapa karya ilmiah yang mengangkat tema pekerja lepas. Karya ilmiah dengan tema pekerja lepas didominasi memiliki topik bahasan mengenai perlindungan hukum bagi para pekerja lepas, seperti misalnya penelitian terhadap pekerja lepas mengenai belum adanya perlindungan hukum untuk pekerja lepas dalam mendapatkan tunjangan pada hari raya keagamaan karya Wahyu Perdana (2018).

Selain itu terdapat penelitian terdahulu karya Arif Siaha Widodo (2019) yang membahas mengenai peran internet dalam mendongkrak jumlah pekerja lepas dengan

menggunakan beberapa *website* yang menjadi wadah bagi para pekerja lepas untuk mendapatkan kesempatan pekerjaan. Penulis akan melaksanakan penelitian yang berbeda. Penulis menyorot kepada peristiwa yang tengah dialami oleh seluruh dunia, yaitu pandemi COVID-19. Penelitian ini berbeda dengan penelitian lainnya karena semakin pesatnya kemajuan teknologi dan adanya perubahan kondisi pada Indonesia bahkan seluruh dunia, yaitu pandemi virus corona. Dengan kemunculan pandemi ini, mengharuskan banyak perusahaan untuk melaksanakan kegiatan kerja dari rumah (*work from home*). Tentunya kegiatan kerja dari rumah ini membuat kebiasaan yang baru bagi para pekerja, baik dari segi tempat, waktu, dan keadaan yang lebih fleksibel. Pola kerja ini sangat mendekati dengan pola yang dilakukan para pekerja lepas pada umumnya. Oleh karena itu, tentu terdapat perubahan motif masyarakat terhadap ketertarikan mereka mengenai pekerja lepas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana motif yang membuat millennial tertarik terhadap tren pekerja lepas di media digital?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui motif millennial terhadap tren pekerja lepas di media digital.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara praktis, hasil tersebut diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat secara luas. Informasi yang akan didapatkan oleh masyarakat adalah mengenai motif generasi millennial terhadap pekerja lepas di media digital.
2. Secara teoritis, sebagai bahan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya dan sebagai sarana penambah wawasan serta bahan bacaan yang bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan secara khusus dalam bidang ilmu komunikasi.

1.5. Kerangka Teori

Dalam menghasilkan sebuah karya tulis, seorang penulis memerlukan teori sebagai penunjang. Di sini penulis akan memaparkan serangkaian bagian teori yang mencakup mengenai motif, generasi millennial, dan pekerja lepas.

1. Komunikasi dan Motif

Jalaluddin Rakhmat (2011) memaparkan penemuannya mengenai penetapan keputusan. Penetapan keputusan adalah satu fungsi dari berpikir. Terdapat faktor-faktor dalam penetapan keputusan, yaitu: kognisi, sikap, dan motif. Terkait motif, Abraham Maslow (2019) mengatakan perilaku manusia sehari-hari dipengaruhi oleh motif. Motif mengarahkan suatu perilaku pada sebuah tujuan. Motif adalah hal yang menggerakkan seseorang menuju pada motivasi. Menurut Michael Solomon (2006) motivasi mengacu pada proses yang menyebabkan seseorang berperilaku seperti apa yang mereka kehendaki. Dari perspektif psikologis, motif terjadi ketika ada kebutuhan

yang harus dipenuhi oleh manusia. Sebuah kebutuhan dasar dapat dipenuhi dengan berbagai cara maupun jalur tertentu yang dipilih seseorang. Cara-cara yang dipilih seseorang dipengaruhi oleh pengalaman uniknya maupun oleh nilai-nilai yang ditanamkan melalui latar belakang budaya, agama, etnis atau nasional. Michael Solomon mengatakan (2006) bahwa setelah kebutuhan muncul pada seseorang, kebutuhan tersebut akan memberi tekanan gairah untuk segera dipenuhi. Tekanan gairah disebut juga sebagai dorongan. Keadaan akhir yang diinginkan merupakan bentuk tujuan dari orang tersebut. Solomon (2006) menjelaskan faktor pribadi dan budaya bergabung kemudian menciptakan sebuah keinginan, yang merupakan salah satu perwujudan dari kebutuhan. Misalnya, merasa kelaparan adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh semua makhluk hidup, kekurangan makanan menciptakan tekanan bagi mereka yang dapat dikurangi dengan asupan berupa makanan. Sejah mana seseorang bersedia mengeluarkan usaha untuk mencapai suatu tujuan mencerminkan motif yang mendasarinya untuk mencapai tujuan tersebut. Apabila seseorang mengeluarkan usaha yang besar untuk memenuhi suatu kebutuhan itu berarti ia memiliki dasar motif yang kuat. Solomon menjelaskan pula ketika seseorang berhasil menemukan cara untuk memenuhi kebutuhannya, ia akan cenderung mengulang cara yang sama untuk memenuhi kebutuhan yang sama.

Motivasi menurut Abraham Maslow (2019) adalah tenaga pendorong dari dalam manusia yang menyebabkan manusia tersebut berbuat sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya. Lebih lanjut, Abraham Maslow (2019) menjelaskan bahwa dengan motivasi, manusia bisa diarahkan untuk kebutuhan tertentu, maka dari itu Maslow merumuskan teori yang disebut teori hierarki kebutuhan. Menurut Maslow, kebutuhan manusia dibagi menjadi beberapa tingkatan sesuai dengan prioritasnya. Jika kebutuhan dasar sudah terpenuhi, maka manusia akan secara otomatis berusaha memenuhi kebutuhan lainnya. Maslow beranggapan, bahwa kebutuhan manusia memiliki fungsi sebagai faktor pendorong perilaku seseorang. Dalam hierarki kebutuhan Maslow, dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut.



Gambar 1. Hierarki Kebutuhan Maslow (Sumber : stringfixer.com)

1. **Kebutuhan Fisiologis** : Merupakan kebutuhan yang biasanya diambil sebagai titik awal teori motif adalah dorongan fisiologis. Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan dasar seseorang yang meliputi makanan, pakaian, tempat tinggal, dan lain-lain. Kebutuhan fisiologis ditempatkan sebagai kebutuhan dasar karena tanpa memenuhi kebutuhan ini, manusia dapat kesulitan bertahan hidup.
2. **Kebutuhan Keselamatan** : Setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi dengan baik, terdapat kebutuhan lain yang harus dipenuhi. Kebutuhan ini berhubungan dengan rasa aman, oleh karena itu kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan akan perlindungan dari bahaya kebutuhan akan keselamatan kerja, dan lain-lain.
3. **Kebutuhan Sosial** : Kebutuhan ini bersinggungan langsung dengan hubungan bermasyarakat. Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial, sehingga manusia perlu bersosialisasi dengan orang lain. Kebutuhan ini dapat berupa ingin memiliki teman dan sahabat, ingin merasa dicintai, ingin mendapatkan kasih sayang, dan lain-lain.
4. **Kebutuhan Penghargaan** : Kebutuhan ini berhubungan dengan harga diri dan prestis. Ketika manusia mendapat pengakuan dari orang lain, mereka akan merasa lebih dihargai. Contoh lain dari kebutuhan ini misalnya adalah status, jabatan, pujian dari orang lain.
5. **Kebutuhan Aktualisasi Diri** : Kebutuhan ini merupakan puncak pada hierarki kebutuhan. Apabila seseorang sudah memenuhi seluruh

tatanan kebutuhan sebelumnya, ia akan memiliki kecenderungan untuk lebih dihargai lagi dengan cara mengembangkan dirinya. Kebutuhan ini bisa berupa macam-macam. Misalnya ketika seorang anak berusaha mengembangkan aktualisasi dirinya dengan meraih prestasi yang tinggi. Kebutuhan ini juga mencakup kebutuhan agar seseorang dapat merasa berarti bagi orang lain. Hal tersebut dapat diwujudkan lewat pelayanan masyarakat.

Motif muncul karena terdapat faktor yang memengaruhinya. Gouzaly (dalam Prabu, 2005) mengelompokkan faktor-faktor motif kepuasan kerja ke dalam dua kelompok, yaitu:

1. Faktor internal: mencakup tingkat kematangan pribadi, tingkat pendidikan, keinginan dan harapan pribadi.
2. Faktor eksternal: mencakup lingkungan kerja yang menyenangkan, tingkat kompensasi, supervisi yang baik, adanya penghargaan atas prestasi, status, dan tanggungjawab.

Selain faktor-faktor di atas, untuk melengkapinya Hasibuan (2010) menemukan bahwa terdapat alat-alat motif yang semakin menunjang faktor motif yang memengaruhinya. Alat-alat motif yang terdiri atas tiga jenis, yaitu materiil insentif, nonmaterial insentif, dan kombinasi materiil dan nonmaterial insentif. Materiil insentif adalah alat dari motif yang diberikan berupa uang dan atau barang yang memiliki nilai pasar, sehingga dapat memenuhi kebutuhan secara ekonomis. Nonmaterial insentif adalah alat motif yang diberikan berupa

barang atau benda yang tidak dapat dinilai harganya, akan tetapi memberikan kepuasan atau kebanggan bagi seseorang. Bentuk dari nonmaterial insentif berupa piagam, medali, dan piala. Kombinasi materiil dan nonmaterial insentif merupakan alat motif yang menggabungkan antara kedua insentif diatas. Alat motif ini memenuhi kebutuhan secara ekonomis maupun rohani bagi seseorang.

Setiap motif memiliki tujuan. Dalam konteks penelitian ini, yang memiliki keterkaitan dengan topik pekerja, Hasibuan (2010) menjelaskan terdapat beberapa tujuan motif dalam konteks pekerja, yaitu:

1. Mendorong gairah dan semangat kerja karyawan
2. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan
3. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan
4. Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan perusahaan
5. Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan
6. Mengefektifkan pengadaan karyawan
7. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
8. Meningkatkan kreativitas dan partisipasi karyawan
9. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan
10. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya
11. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku
12. Meningkatkan kinerja karyawan

Menurut Terry Daugherty, Matthew S. dan Laura Bright (2008) dalam penelitiannya yang membahas tentang motif berjudul *exploring consumer motivations for creating user-generated content*, adanya motif internal yang mewakili sumber fungsional untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Motif internal menunjuk kepada kecenderungan psikologis tiap individu yang direpresentasikan lewat sikap seseorang mengevaluasi suatu objek. Dalam kaitannya dengan keputusan seseorang menjadi *freelancer* sikap yang paling umum ditunjukkan adalah membandingkan pekerjaan tetap dengan pekerjaan lepas pada berbagai aspek. Terry Daugherty, Matthew S. dan Laura Bright (2008) menemukan adanya keterkaitan motif dengan teori fungsional untuk memahami dasar dari motif. Ia mengatakan bahwa dasar dari teori ini berpusat pada pandangan bahwa untuk mempengaruhi perilaku, kita harus memahami sumber motifnya, yaitu sikap. Dalam konteks penelitian ini, penulis akan mencari sikap yang menjadi sumber motif millennial memilih jenis pekerjaan *freelance*.

Media Digital atau yang lebih umum disebut media baru menurut McQuail (2005) adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan computer dan telepon genggam canggih. Media digital memiliki konten yang berbentuk gabungan data, teks, suara dan gambar yang disimpan dalam format digital. Saat ini bentuk media digital dapat berupa alat komunikasi yang canggih, hingga fitur-fitur aplikasi yang berbasis internet. Fitur aplikasi tersebut misalnya Zoom Meeting, Google Meet, Microsoft Teams, hingga

aplikasi media *intelligence*. Menurut McQuail (2005), Perbedaan yang Nampak antara media baru dan lama yang sangat terlihat dari segi-segi penggunaannya secara individual adalah lewat tingkat interaktif penggunaan media yang diindikasikan oleh respon pengguna media terhadap pengiriman pesan, tingkat sosialisasi penggunaan media lebih individual dan bukan bersifat interaktif secara langsung, tingkat kebebasan penggunaan media, tingkat kesenangan dan menariknya media yang digunakan pengguna sesuai keinginan serta tingkat privasi yang tinggi untuk penggunaan media baru.

Dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, ciri dari media baru adalah :

1. Adanya saling keterhubungan
2. Adanya akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan
3. Dapat diakses dimana-mana
4. Memiliki kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka
5. Memiliki akses dalam berinteraksi terhadap orang lain/ penerima pesan.

McQuail (2005) juga menambahkan bahwa internet telah membawa banyak pengaruh bagi masyarakat. Sebagai media baru, internet tidak hanya memiliki fungsi sebagai alat produksi dan distribusi pesan sebagaimana media tradisional lainnya, namun juga sebagai media penyimpanan pesan. Tren pembaca media di internet semakin naik, apalagi di kalangan anak muda.

2. Generasi Millennial

Berdasarkan Tech Republic (2018) hampir setengah (46%) dari generasi millennial adalah pekerja lepas. Laporan tersebut didapatkan dari Edelman Intelligence berdasarkan hasil survei 6000 pekerja yang berusia di atas 18 tahun. Generasi millennial memiliki banyak pengelompokan yang berbeda-beda. Menurut Howe & Strauss (2006), millennial merupakan kelompok generasi dengan tahun kelahiran antara 1982-2000. Dapat disimpulkan bahwa kelompok usia millennial adalah orang-orang yang berusia 20-38 tahun. Howe & Strauss (2006) juga mengatakan bahwa generasi millennial secara edukasi lebih terdepan dibandingkan generasi sebelumnya, oleh karena itu mereka yang merupakan generasi millennial lebih cepat dan mudah beradaptasi terhadap sesuatu. Bahkan Howe & Strauss (2006) menyebutkan bahwa generasi millennial dapat merubah pandangan orang mengenai anak muda yang terkesan pesimis.

Joanne & Jan (2019) menemukan terdapat beberapa karakter kuat yang melekat pada generasi millennial. Generasi millennial lahir di era dimana teknologi sudah berkembang, tidak seperti generasi sebelumnya. Oleh karena itu, generasi millennial memiliki kedekatan alami dengan teknologi. Orientasi teknologi tersebut terbawa ke dalam kehidupan pekerjaan mereka. Mereka dapat mencari segala macam informasi hanya dengan ujung jari mereka. Mereka dapat bersosialisasi dan secara aktif menggunakan papan pekerjaan dalam jaringan dan situs jejaring sosial seperti LinkedIn,

Facebook, dan Twitter. Oleh karena itu, mereka dapat mencari informasi mengenai perusahaan yang akan mereka tuju ketika hendak mencari pekerjaan. Millennial dengan kelebihannya di bidang teknologi menjadi memiliki kecenderungan untuk lebih memilih perusahaan yang benar-benar menaruh minat pada mereka. Karakter khas lainnya adalah generasi millennial cenderung bergerak cepat dan ingin ditantang. Jika mereka bosan dalam pekerjaannya ataupun merasa gagal memberikan performa yang terbaik dalam jangka waktu yang lama, mereka akan pergi. Dibandingkan dengan generasi di atasnya, generasi millennial dikatakan tidak setia kepada atasan atau perusahaan mereka. Namun, generasi millennial dapat setia kepada orang lain, sehingga menjalin hubungan antara manajer dan rekan kerja itu penting. Adanya prospek untuk berganti pekerjaan sama sekali tidak menakutkan bagi kaum millennial.

Joanne & Jan (2019) dalam bukunya menjelaskan terdapat perbedaan antara generasi Baby Boomers dengan generasi millennial dan perbedaan inilah yang menjadi tantangan bagi tiap perusahaan untuk menyesuaikan. Kebutuhan generasi millennial akan keseimbangan hidup mereka sangat tinggi. Terdapat alasan generasi millennial yang cenderung mengejar kepuasan jangka pendek dan sangat menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan gaya hidupnya. Millennial melihat sosok orang tua mereka, yang merupakan generasi Baby Boomers. Generasi Baby Boomers dijelaskan oleh Joanne & Jan (2019) sebagai generasi yang banyak menghabiskan waktunya

untuk bekerja, sehingga sering kali melewatkan sisi lain kehidupannya, seperti misalnya melewatkan pertandingan bola, melewatkan makan malam bersama, hingga melewatkan waktu bersama keluarga. Masa kecil generasi millennial memiliki kesedihan atas ketidakhadiran orang tuanya. Dari pengalaman masa lalu tersebut mereka jadikan sebagai salah satu motif, sehingga di masa sekarang mereka berusaha memperbaiki hidupnya dengan cara menyeimbangkan antara pekerjaan dan kehidupannya. Mengutip Joanne & Jan (2019) dalam bukunya "*Keeping the Millennials*", "Shift kerja dari pukul sembilan hingga lima yang klasik dipandang millennial sebagai kerangka pedoman untuk mereka, bukan sebagai jadwal yang harus diikuti." Oleh karena itu millennial lebih mendambakan jadwal pekerjaan yang fleksibel untuk memuaskan keseimbangan hidupnya.

Millennial tidak hanya mengharapkan pekerjaan dan keseimbangan hidup yang baik, namun mereka juga mengharapkan jalur karir yang lebih cepat dibandingkan dengan generasi orang tua mereka. Joanne & Jan (2019) menemukan bahwa sebagian millennial tertarik mendapatkan promosi dalam jabatan pekerjaannya, namun tidak dalam waktu sepuluh hingga dua puluh tahun. Dari fakta tersebut banyak dari generasi sebelumnya yang menganggap generasi millennial adalah generasi yang tidak sabar dan manja.

Menurut Anitha dan Aruna (Dalam Forastero, 2018) generasi millennial memiliki pandangan yang berbeda mengenai organisasi. Millennial lebih mengunggulkan nilai-nilai pekerjaan mereka daripada tingkat loyalitas pada

perusahaan. Lebih lanjut, millennial menuntut lingkungan kerja yang mendukung, sehingga hal tersebut menjadi tugas yang berat bagi perusahaan untuk mempertahankan karyawannya. Martin (2005, Dalam Forastero, 2018) menemukan bahwa Generasi Millennial adalah generasi yang mengharapkan kebebasan dan fleksibilitas dalam bekerja. Oleh karena itu banyak dari kelompok generasi ini yang memilih menjadi pekerja lepas.

Dalam temuan Fisher (1993) menyatakan bahwa otonomi yang rendah serta tugas yang monoton dan tidak menantang memiliki implikasi langsung terhadap kebosanan millennial dalam bekerja. Kebosanan tersebut memunculkan perasaan tidak puas bagi pekerjanya. Seiring perkembangan jaman dan teknologi yang memungkinkan manusia untuk terkoneksi satu sama lain secara instan dapat menjadi faktor pendorong generasi millennial yang akhirnya mempertimbangkan untuk menjadi karyawan lepas.

Dari sisi perusahaan, Joanne & Jan (2009) menjelaskan bahwa terdapat perbedaan ketika generasi millennial bergabung dengan suatu organisasi pada dunia kerja. Generasi millennial memiliki ciri khas berpendidikan tinggi, terampil dalam teknologi, dan sangat percaya diri. Mereka membawa karakter tersebut ke tempat kerja dan bahkan menaruh harapan yang lebih tinggi di tempat kerja. Organisasi menemukan bahwa karyawan dan manajer mereka sering kebingungan dalam mencoba memahami cara berpikir dan bertindak generasi muda, mulai dari perilaku mereka, cara berpakaian mereka, dan sikap mereka menjadi subjek pengawasan karena hal tersebut

membuat bentrok budaya pada perusahaan. Mengutip Joanne & Jan (2019), “Generasi milenial dapat membawa gaya baru dan perspektif baru ke dalam dunia kerja, tetapi jika organisasi tidak mau beradaptasi, mereka berisiko kehilangan miliaran dolar karena pergantian yang tidak diinginkan dan kehilangan produktivitas.” Joanne & Jan (2019) juga menjelaskan perbedaan antara generasi Baby Boomers dengan Generasi milenial. Dalam bukunya dijelaskan bahwa hasil dari survei yang dilakukan di Australia menyatakan 52.3 persen generasi milenial menganggap bahwa mendapatkan pekerjaan yang baru di saat ini lebih mudah dibandingkan dengan jumlah generasi baby boomers yang menganggap demikian yaitu sebanyak 43 persen.

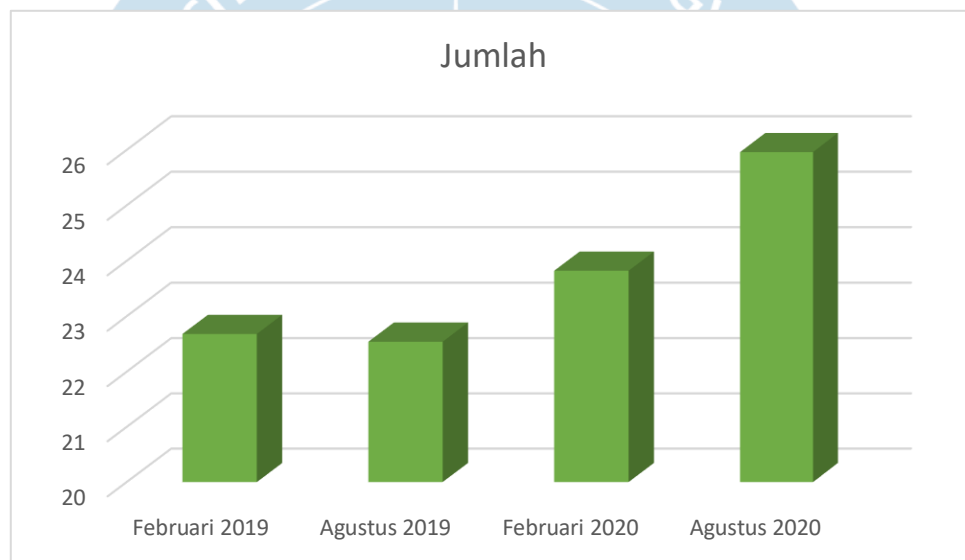
3. Pekerja Lepas

Menurut temuan data dari Mustofa (2018), istilah *freelance* merupakan istilah pada abad pertengahan yang digunakan kepada seorang prajurit bayaran yang tidak memiliki keterikatan pada siapapun kecuali orang yang mempekerjakannya. Istilah tersebut digunakan pertama kali oleh Sir Walter Scott (1771-1832) dalam novelnya yang berjudul *Ivanhoe* untuk menggambarkan prajurit bayaran pada abad pertengahan. Kata “*lance*” memiliki arti tombak yang menjelaskan bahwa tombak tersebut bisa melayani siapapun yang mempekerjakannya. Pada tahun 1903, kata *freelance* beserta pengertiannya tercatat dalam *Oxford English Dictionary* sebagai kata kerja. Pada era sekarang, kata *freelance* mengalami perluasan makna. Pekerja lepas atau yang lebih akrab disebut *freelance* adalah orang-orang yang bekerja tidak

terikat kontrak jangka panjang dengan perusahaan apapun. *Freelance* memiliki beragam variasi bidang pekerjaan. Walaupun bidang pekerjaan *freelance* didominasi oleh bidang desain, terdapat bidang-bidang lainnya yang membutuhkan karyawan *freelance*. Mengutip Elance-oDesk, “Kualitas pekerja *freelance* di Indonesia rata-rata mendapatkan tingkat feedback 4.5 dari skala 5 serta menjadi negara di posisi pertama yang bisa menyelesaikan lebih dari 100 tugas.” (Dalam Mustofa, 2018). Amanda Hackwith (2011) menemukan temuan data seputar pekerja lepas. Dalam survei yang dilakukannya ditemukan bahwa *freelancing* bagi sebagian besar responden, adalah pilihan karier yang dibuat untuk memperbaiki lingkungan kerja mereka dengan kontrol yang lebih kreatif atau meningkatkan kontrol atas waktu mereka agar lebih fleksibel dalam menghabiskan waktu bersama keluarga. Amanda Hackwith menyimpulkan *freelancer* memilih karier mereka berdasarkan motif proaktif untuk mengubah atau memperbaiki situasi mereka.

Van Der Kamp (dalam Ghafoor, 2014) menjelaskan bahwa sejak dekade terakhir, generasi terkini yang tumbuh bersama dengan perkembangan teknologi banyak mempertanyakan perihal tenaga kerja, “Mengapa pergi ke kantor jika Anda bisa mengerjakannya di rumah?” Dengan adanya realita tersebut membuat perusahaan pada akhirnya memilih untuk mempekerjakan profesional perorangan untuk mengerjakan teknis pekerjaan dalam satu kontrak. Hal tersebut memudahkan kedua pihak, baik pihak perusahaan maupun pihak pekerja yang sama-sama mendapatkan fleksibilitas dalam

bekerja (Ghafoor, 2014). Sementara itu, Badan Pusat Statistik (2021) mendefinisikan *freelance* sebagai pekerja paruh waktu. Pekerja paruh waktu adalah individu yang bekerja dengan jumlah jam kerja kurang dari 35 jam sepekan. Berdasarkan data BPS yang dirangkum penulis, sepanjang Agustus 2019 hingga Agustus 2020, terjadi kenaikan tingkat pekerja lepas di Indonesia. Hal ini menunjukkan terjadi tren pekerja lepas di era digital.



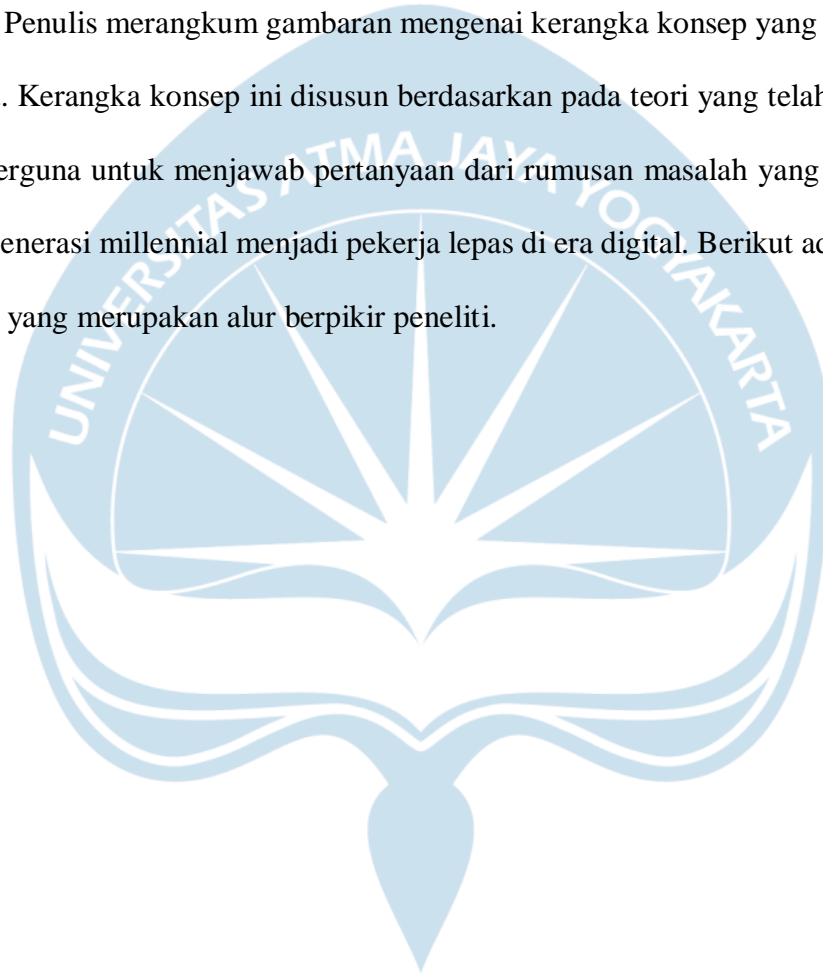
Gambar 2. Tabel jumlah peningkatan pekerja lepas di Indonesia
(Sumber : Dokumen Pribadi)

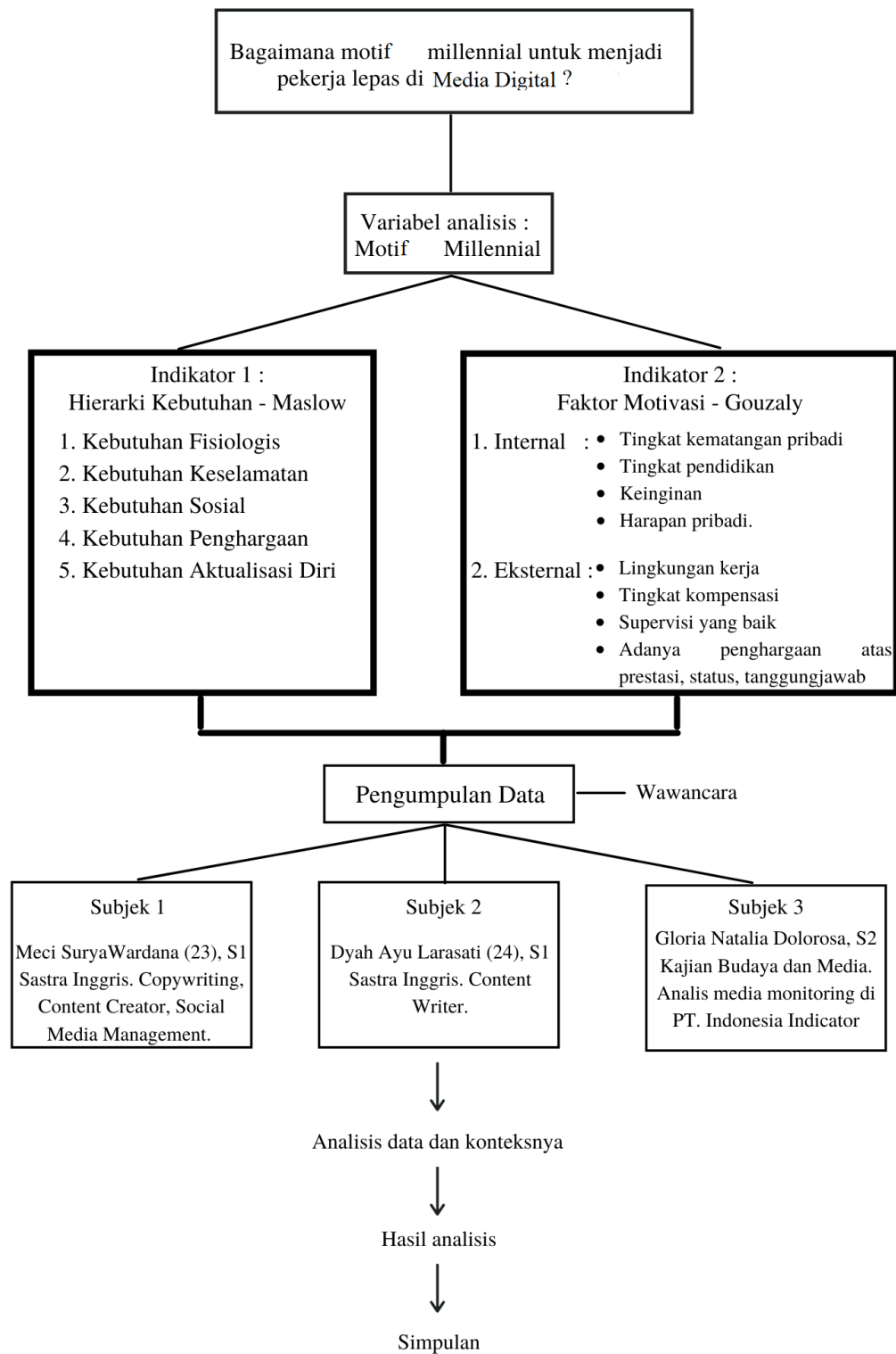
Berdasarkan grafik di atas, tingkat pekerja paruh waktu per Agustus 2020 mencapai 25,96 persen, yaitu dari 100 orang yang bekerja, terdapat sekitar 26orang yang bekerja kurang dari 35 jam per minggu dan tidak punya keinginan untuk menambah pekerjaan (jam kerja). Tingkat pekerja paruh waktu mengalami peningkatan baik bila dibandingkan dengan Februari 2020 maupun

Agustus 2019 yaitu berturut-turut sebesar 2,14 persen poin dan 3,42 persen poin.

1.6. Kerangka Konsep

Penulis merangkum gambaran mengenai kerangka konsep yang disusun secara singkat. Kerangka konsep ini disusun berdasarkan pada teori yang telah ditulis di atas serta berguna untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang ada, yaitu apa motif generasi millennial menjadi pekerja lepas di era digital. Berikut adalah kerangka konsep yang merupakan alur berpikir peneliti.





Gambar 3. Kerangka Konsep (Sumber : Dokumen Pribadi)

Konsep dimulai dengan membahas dari pengertian motif. Motif mengacu pada suatu dorongan yang menyebabkan seseorang berperilaku atau melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam memenuhi kebutuhannya, manusia secara otomatis akan membuat prioritas kebutuhannya berdasarkan urgensinya. Prioritas tersebut dirumuskan sebagai berikut :

1. **Kebutuhan Fisiologis** : Merupakan kebutuhan dasar seseorang yang meliputi makanan, pakaian, tempat tinggal, dan lain-lain.
2. **Kebutuhan Keselamatan** : Kebutuhan yang berhubungan dengan rasa aman. Dalam hal ini kebutuhan keselamatan dapat berupa kebutuhan akan keselamatan kerja.
3. **Kebutuhan Sosial** : Kebutuhan ini bersinggungan langsung dengan hubungan bermasyarakat. Dalam konteks penelitian ini, kebutuhan ini dapat berupa ingin memiliki teman dan sahabat, hingga lingkungan kerja.
4. **Kebutuhan Penghargaan** : Kebutuhan ini berhubungan dengan harga diri dan prestis. Hal ini berkaitan dengan status dan bidang pekerjaan yang dimasuki oleh para pekerja lepas millennial.
5. **Kebutuhan Aktualisasi Diri** : Kebutuhan ini juga mencakup kebutuhan agar seseorang dapat merasa berarti bagi orang lain. Dalam konteks penelitian ini kebutuhan aktualisasi diri merujuk pada portofolio yang dapat menunjukkan keefektifan kinerja para pekerja lepas millennial.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi motif, yakni sebagai berikut :

1. Faktor Internal : mencakup tingkat kematangan pribadi, tingkat pendidikan, keinginan dan harapan pribadi.
2. Faktor Eksternal: mencakup lingkungan kerja yang menyenangkan, tingkat kompensasi, supervisi yang baik, adanya penghargaan atas prestasi, status, dan tanggungjawab.

Generasi millennial merupakan generasi yang lahir pada saat teknologi mulai berkembang, maka generasi millennial sudah mengenal teknologi sejak dini. Pengenalan mereka akan teknologi di usia yang dini membuat mereka lebih mudah beradaptasi dengan hal tersebut beserta perkembangannya. Hal tersebut juga mempengaruhi pola pikir dan sifat para millennial dalam berbagai aspek. Kedekatan alaminya dengan teknologi, membuat millennial memiliki sifat yang cepat dan tanggap. Selain itu mereka juga suka dengan tantangan dan lebih mudah bosan dengan sesuatu yang stagnan. Millennial juga mampu membangun kehidupan secara virtual lewat internet. Dengan kebiasaannya bersinggungan dengan media digital, millennial cenderung menyukai kebebasan dan tidak suka dikekang. Hal tersebut mendorong banyak millennial untuk membuat inovasi dalam dirinya yaitu membangun karir sesuai keinginan mereka.

Kemunculan tren pekerja lepas semakin meningkat di kalangan millennial. Tren pekerja lepas memiliki kesamaan dengan karakter millennial. Menjadi pekerja lepas berarti tidak memiliki keterikatan jangka panjang pada perusahaan tertentu, sehingga para pekerja lepas memiliki kebebasan untuk bekerja dalam hal waktu, tempat, hingga proses. Para pekerja lepas juga memiliki kontrol lebih untuk membuat suasana kerja

yang mereka inginkan. Hal itulah yang menjadi kesamaan karakter millennial yang lebih berani, cepat bosan, dan kreatif.

1.7. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilakunya yang dapat diamati (dalam Suwendra, 2018). Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Anggito & Setiawan, 2018), penelitian kualitatif memiliki karakteristik yaitu :

1. Dilaksanakan dalam kondisi yang alamiah dengan dilakukan langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci.
2. Bersifat deskriptif. Data disajikan berupa wujud kata-kata atau gambar.
3. Lebih menekankan pada proses pengerjaannya daripada produk.
4. Analisis data dilakukan secara induktif.
5. Lebih menekankan pada makna.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang sifatnya mengeneralisir. Menurut

Ritonga (2005) penelitian juga bersifat deskriptif. Pada umumnya, tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mendapatkan data dasar, yang diperlukan sebagai dasar penelitian lebih lanjut, atau dasar membuat suatu keputusan.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2013) adalah suatu situasi sosial yang ingin diteliti untuk mengetahui apa yang terjadi di dalamnya. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah motif generasi millennial terhadap status pekerja lepas di era digital.

Menurut Yusuf (2014), subjek penelitian dapat diartikan sebagai sasaran dalam penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah generasi millennial yang memiliki rentang umur 20-38 tahun dan sudah pernah menjadi pekerja lepas. Penelitian ini akan mengambil 3 subjek penelitian yang memenuhi kualifikasi diatas. Pencarian narasumber dilakukan dengan cara mencari pekerja lepas lewat media sosial dan menelusuri portofolio beserta latar belakang Pendidikan dan pekerjaan sebelumnya. Setelah mencari beberapa kandidat yang dirasa memenuhi kualifikasi didapatkan ketiga narasumber antara lain :

1. Meci Surya Wardana, berumur 23 tahun dengan latar belakang pendidikan terakhir S1 jurusan Sastra Inggris Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Bekerja sebagai pekerja lepas di bidang *copywriting, content creator, dan social media management*. Sebelum menjadi pekerja lepas, narasumber terkait pernah bekerja

di Bali Internship sebagai jurnalis dan content *writer*. Narasumber terkait juga pernah bekerja di *StudentsGoAbroad* sebagai *translator* dan penulis dan di Lumen Media Pt. Ltd. Sebagai *website designer* dan *copywriter*. Dalam aktivitasnya sebagai pekerja lepas, narasumber terkait memanfaatkan media digital berupa media sosial seperti *Whatsapp*, *E-mail*, *Instagram* dan *Facebook* sebagai sumber koordinasi antar pekerja lainnya. Perangkat elektronik yang digunakan narasumber terkait adalah laptop dan telepon genggam. Narasumber memiliki media social seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn.

2. Dyah Ayu Larasati, berumur 24 tahun dengan latar belakang pendidikan terakhir S1 jurusan Sastra Inggris Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Menjadi pekerja lepas sebagai *content writer* sejak September 2019 hingga sekarang dan memiliki pengalaman sebagai pekerja tetap sebagai *content writer* di *digitus.sg*. Dalam kesehariannya sebagai pekerja lepas narasumber terkait mencari klien lewat *website* www.projects.co.id . Narasumber terkait banyak menggunakan media sosial seperti *Whatsapp*, *Wordpress* dan *Google Docs* sebagai sumber koordinasi dan media rapat dalam jaringan. Perangkat elektronik yang kerap digunakan adalah laptop dan telepon genggam. Narasumber

memiliki media social berupa Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn, Dan Glints.

3. Gloria Natalia Dolorosa, berumur 34 tahun dengan latar belakang pendidikan S1 jurusan Jurnalistik Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Jawa Barat, S2 jurusan Kajian Budaya dan Media Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Memiliki pengalaman menjadi pekerja lepas selama 2 tahun sebagai analis media monitoring di PT. Indonesia Indicator sejak 2019 sampai sekarang dan sebagai penulis di Mekari sejak 2020 hingga sekarang. Sebelumnya narasumber pernah bekerja sebagai pekerja tetap selama 1 tahun sebagai jurnalis di PT. Media Lintas Inti Indonesia di Jakarta. Narasumber terkait banyak menggunakan media sosial sebagai sumber koordinasi. Narasumber juga banyak menggunakan internet untuk mendapatkan sejumlah informasi sebagai referensi untuk mengolah dan menganalisis berita. Perangkat elektronik yang kerap digunakan adalah laptop dan telepon genggam. Narasumber juga memiliki akun media social seperti Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn dan memiliki pekerjaan yang berkecimpung dalam dunia media Intelligence.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dengan narasumber yang telah ditentukan untuk mendapatkan data

primer dan data sekunder didapatkan dengan teknik pengumpulan data dengan observasi.

a. Wawancara

Berdasarkan Yusuf (2014) wawancara merupakan suatu kejadian atau sebuah proses interaksi yang terjadi antara pewawancara dengan sumber informasi atau narasumber melalui secara langsung. Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara mendalam dengan tiga pekerja lepas yang terpilih. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan mengacu pada pedoman wawancara yang dibuat berdasarkan pada konsep dari teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam proses wawancara penulis tidak memiliki kendali atas respon dari narasumber yang berarti bahwa narasumber memiliki kebebasan dalam menjawab.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat penelitian berlangsung dan pada saat pengumpulan data di lapangan telah selesai. Dalam Sugiyono (2013), Miles dan Huberman (1984) menjelaskan bahwa untuk menganalisis data penelitian kualitatif terdapat tiga tahap, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses memilah data yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan polanya

lalu dibuat menjadi sebuah rangkuman (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, penulis melakukan reduksi data dari hasil observasi dan transkrip wawancara yang akan dipilah sesuai dengan batasan masalah dan rumusan masalah, yaitu mengenai motif pekerja lepas millennial di era digital.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data penelitian akan dipaparkan dalam bentuk naratif dari hasil wawancara dan observasi terkait motif generasi millennial menjadi pekerja lepas di era digital.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif berisikan temuan baru. Temuan tersebut dapat berwujud deskripsi atau gambaran suatu objek yang masih kabur sebelumnya sehingga dilakukannya penelitian adalah untuk mendapatkan kejelasan yang dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2013). Kesimpulan dalam penelitian ini akan berisikan temuan baru mengenai motif generasi millennial menjadi pekerja lepas di era digital.

d. Uji Keabsahan Data

Proses pengembangan instrumen dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pengujian keabsahan data. Menurut Sugiyono (2013), data yang valid adalah data yang tidak berbeda

antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, keabsahan data diuji dengan metode triangulasi data. Triangulasi data didefinisikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2013).

Triangulasi dalam penelitian ini mencakup triangulasi Teknik pengumpulan data. dan triangulasi waktu. Triangulasi dilakukan terhadap informasi yang diberikan oleh ketiga narasumber. Kedua triangulasi ini dijelaskan sebagai berikut :

a. Triangulasi pengumpulan data dilakukan untuk menguji keabsahan data dengan cara melakukan pencarian data dengan variasi pengumpulan data yang berbeda sehingga mendapatkan data valid.

b. Triangulasi waktu dilakukan untuk menguji keabsahan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui beberapa waktu seperti pagi, siang, malam. Pengecekan ini bertujuan untuk memastikan konsistensi pernyataan subjek penelitian.