

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tahun 2021 lalu, Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta melakukan survei pada para jurnalis di Indonesia dan hasilnya 93,8 persen mengaku belum mendapatkan upah layak (Ramadhan, 2021). Belum lagi kenyataan pada tenggat ketat dan jam kerja panjang yang juga tidak diikuti dengan upah layak. Padahal upah layak sangat dibutuhkan untuk mendukung praktik kerja profesional seorang jurnalis. Menurut Agung Dharmajaya—Ketua Komisi Hukum dan Perundang-Undangan Dewan Pers, ketidaklayakan upah akan berpotensi menumbuhkan sikap korupsi di kalangan jurnalis (Ramadhan, 2021).

Pada sisi lain, kalangan jurnalis terlanjur menganggap bahwa kondisi kerja delapan jam sehari adalah mitos (Wibowo, 2017). Hal tersebut disebabkan oleh budaya yang telah dibangun sejak lama dalam lingkungan jurnalis, bahwa mereka yang bekerja tepat delapan jam akan dilihat sebagai pemalas dan tidak profesional. Bukan hal yang mengherankan jika pada akhirnya banyak jurnalis yang kelebihan jam kerja dan tidak mendapatkan insentif lembur (Wibowo, 2017).

Selain itu, kondisi kerja jurnalis saat ini cenderung mempraktikkan ekstensifikasi kerja yang tidak tertulis pada deskripsi kerja di dalam surat perjanjian atau kontrak kerja. Pemimpin redaksi Merdeka.com mengatakan bahwa saat ini batas jurnalis teks, fotografer, dan videografer semakin tipis. Pada beberapa perusahaan media massa, jurnalis masa kini juga mempunyai tanggung

jawab untuk mendistribusikan—mengunggah produk jurnalistiknya sendiri pada platform media, yang tidak dilakukan oleh jurnalis koran masa lalu karena persoalan distribusi koran adalah urusan divisi sirkulasi (Faqih, 2022). Akhirnya, tenggat yang ketat dan ekstensifikasi kerja membuat jurnalis masa kini memiliki jam kerja panjang.

Keadaan tersebut semakin terasa pada media massa daerah atau berjejaring, khususnya di Yogyakarta. Salah satu jurnalis daerah di Yogyakarta mengatakan bahwa persaingan media daerah cukup ketat, sehingga perusahaan media menugaskan para jurnalisnya untuk turut menjadi pencari iklan (Wicaksono, 2023). Hal tersebut dilakukan supaya perusahaan media dapat membayar gaji secara rutin pada para jurnalis (Wicaksono, 2023).

Tuntutan yang semakin banyak seringkali juga mengesampingkan hak-hak para pekerja, terutama bagi jurnalis yang terikat dalam sistem kerja kontrak atau alih daya (*outsourcing*). Perusahaan media menjadikan model sistem kerja tersebut sebagai kunci, lantaran perusahaan dapat merekrut jurnalis dalam jangka waktu tertentu, sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan dapat memberhentikan pekerja sewaktu-waktu. Pilihan tersebut menjadi menarik, lantaran perusahaan “merasa” dibebaskan dari kewajiban memberi jaminan sosial, tunjangan hari tua, hingga insentif lain kepada para jurnalis (Wicaksana, 2022).

Pernyataan di atas juga memperlihatkan bahwa pengaturan kerja pada ekosistem media digital saat ini menerapkan *flexible work practices* (FWP). Terdapat dua jenis fleksibilitas yang dapat dilihat, yaitu 1) fleksibilitas ruang dan waktu, dan 2) fleksibilitas pasar tenaga kerja yang berhubungan dengan

informalitas dan kerentanan pekerja (Izzati dkk.,2021). Kondisi tersebut—selanjutnya akan disebut dengan istilah fleksploitasi, di mana terdapat hubungan kerja yang menyimpan dimensi kerentanan para pekerja yang dapat membahayakan kesehatan, tidak adanya kepastian dan perjanjian kerja, pengelabuan hubungan kerja, hingga lalainya pemenuhan kewajiban untuk memberikan jaminan dan perlindungan sosial (Izzati, 2020).

Keberadaan Undang-Undang Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020 (UU Ciptaker) yang menjadi kontroversi dan telah diulas oleh banyak ahli juga dinilai merugikan para pekerja, terlebih dalam penyusunannya tidak melibatkan serikat-serikat buruh (Suryomenggolo, 2022). Ada dua nomor dalam Peraturan Pemerintah (PP) turunan dari UU Ciptaker, yaitu PP Nomor 35 dan 36 Tahun 2021 yang menjadi sorotan banyak ahli. Pada PP Nomor 35 Tahun 2021, secara khusus membahas tentang dunia kerja, mulai dari Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT), Alih Daya, Waktu Kerja dan Waktu Istirahat, dan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), sedangkan PP Nomor 36 berisi tentang Pengupahan (Pemerintah Indonesia, 2021).

Isi dari PP Nomor 35 Tahun 2021 menimbulkan kontroversi karena perubahannya yang cukup signifikan. PP tersebut sebelumnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Pasal 59 Ayat 4 yang menyatakan bahwa, perusahaan atau instansi hanya boleh memberlakukan sistem kerja kontrak paling lama dua tahun dan hanya boleh diperpanjang satu kali, untuk jangka waktu paling lama satu tahun (Suryomenggolo, 2022). Jika lebih dari waktu yang telah ditentukan, maka karyawan akan otomatis menjadi karyawan tetap. Kontroversi

muncul akibat peraturan tersebut diperbaharui dalam PP Nomor 35 Tahun 2021 Pasal 5 dan 8 menjadi paling lama lima tahun (Pemerintah Indonesia, 2021). Isi PP Nomor 35 Tahun 2021 selanjutnya yang dinilai merugikan pekerja adalah perihal uang pesangon yang berkurang dan diatur pada Pasal 41 sampai 47 (Pemerintah Indonesia, 2021). Aturan tersebut adalah aturan baru yang sebelumnya tidak ada.

Selanjutnya adalah PP Nomor 36 Tahun 2021 yang tidak kalah merugikan pekerja, yakni tentang pengupahan. Pada Pasal 2 Ayat 1 berbunyi, “Setiap Pekerja/Buruh berhak atas penghidupan yang layak bagi manusia.” (Pemerintah Indonesia, 2021), akan tetapi ketika melihat Pasal 25 Ayat 4 terdapat ketidakselarasan karena pasal tersebut menyatakan bahwa, upah minimum ditetapkan berdasarkan pada “kondisi ekonomi dan ketenagakerjaan” (Suryomenggolo, 2022). Hal tersebut dianggap membingungkan, lantaran upah minimum pada akhirnya semata-mata ditetapkan berdasarkan pertimbangan kondisi mekanisme pasar bebas (Suryomenggolo, 2022).

Fakta kehadiran negara dengan adanya UU Ciptaker yang merugikan para pekerja, juga sebenarnya secara tidak langsung dilanggengkan oleh para pekerja itu sendiri lantaran dalam konteks ini, tidak semua pekerja akan hak-hak yang seharusnya mereka dapatkan. Perlu adanya peran pihak ketiga, seperti organisasi profesi dan serikat buruh untuk menjadi wadah kolektif dalam mengupayakan perjuangan hak para pekerja—termasuk yang masih berstatus alih daya (kontrak, magang, dan lepas). Persoalannya keberadaan organisasi profesi dan/atau serikat buruh, khususnya serikat pekerja di Indonesia belum familier.

Data yang tercantum pada laman resmi Dewan Pers hanya menunjukkan empat organisasi profesi, seperti Pewarta Foto Indonesia, Ikatan Journalis Televisi Indonesia (IJTI), Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), dan Aliansi Journalis Independen (AJI) (Dewan Pers, 2019). Pada laman tersebut, tidak ada informasi terkait serikat buruh, bahkan tautan yang mengarahkan pada laman *website* resmi keempat organisasi profesi yang ada juga tidak dapat diakses.

Berbeda dengan peran serikat buruh media di Kanada yang sejak Juni 2015, Writers Guild of America—salah satu serikat buruh, telah memulai pengorganisasian media digital, sebagai upaya untuk meningkatkan kondisi kerja, upah layak, keamanan kerja, perluasan keragaman ras dan gender, memberikan suara yang lebih kuat, dan peningkatan tunjangan yang lebih baik. Sejak saat itu serikat buruh media lain, seperti The NewsGuild-Communication Workers of America, The NewsGuild of New York, National Union of Journalist, Canadian Media Guild, Washington-Baltimore News Guild, Communications Workers of America Local 1180, Motion Picture Guild, dan masih banyak nama serikat buruh lain yang memperjuangkan hak buruh secara masif hingga membuat linimasa berisi kegiatan yang dilakukan secara terperinci (Cultural Workers Organize, 2022).

Selain belum memaksimalkan keberadaan organisasi profesi dan/atau serikat buruh, situasi yang terjadi di perusahaan media Indonesia juga terletak pada persoalan kesejahteraan perusahaan. Pada era digital seperti saat ini, keberadaan platform media global terlanjur menguasai teknologi informasi yang memiliki potensi terhadap timbulnya monopoli iklan, lantaran akan mengancam

daya hidup media arus utama (Arika, 2021). Google dan Meta (sebelumnya Facebook) telah mengubah lanskap media, mulai dari cara berita diproduksi, disampaikan, hingga bagaimana berita dikonsumsi yang secara otomatis telah mengubah jumlah pembaca dan cara orang mengakses berita. Saat ini, Google dan Meta semakin masif mengambil peran dalam mesin pencarian termasuk pencarian untuk media massa (Arman, 2022). Platform raksasa global tersebut telah berhasil “menyedot” pendapatan iklan yang sebelumnya mengalir ke industri media massa arus utama (Arika, 2020). Selain itu, mereka juga telah melakukan proses komodifikasi informasi untuk meraih keuntungan dari pendapatan iklan, yang tentu saja tidak bisa dilakukan oleh media massa arus utama, lantaran masih harus bergerak dengan berbagai aturan, batasan, dan larangan (Sudibyo, 2018).

Bertepatan dengan peringatan Hari Pers Nasional 2022 yang diselenggarakan di Kendari, 8 Februari 2022 lalu, para pemimpin media arus utama—Andy Budiman (CEO Group of Media PT Kompas Gramedia), Uni Zulfiani Lubis (Pemimpin Redaksi IDN Times), Chairul Tanjung (CEO CT Corp), Arifin Arsyad (Pimpinan Redaksi Kumparan), dan Sutanto Haryono (PT Emtek) telah sepakat bahwa konten dan ekosistem media menjadi hal yang penting untuk keberlanjutan hidup media massa (Arman, 2022). Media massa yang paling terdampak adalah media cetak—lokal, nasional, bahkan internasional lantaran mengalami kecenderungan penurunan pendapatan sistematis (Chryshna, 2020).

Terkait dengan jumlah pelanggan daring, kemauan pembaca untuk membayar juga masih perlu ditinjau, lantaran hasil survei Reuters Institute Digital News Report 2022, di Indonesia hanya terdapat 18 persen jumlah pelanggan

media berbayar (Newman dkk., 2022). Itu artinya, media daring gratis masih menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia. Kondisi tersebut menyebabkan karakter bahasa jurnalistik yang lugas, jelas, jernih, hingga pemilihan diksi yang tepat dan patuh terhadap kaidah etika, saat ini mulai kabur. Judul-judul berita dibuat dengan kesan dramatis yang bertujuan untuk memanen *clickbait* (Nara, 2022). Belum lagi, kenyataan bahwa platform media digital global juga mengesampingkan peranan demokratis, sehingga tidak sekadar menjadi sarana artikulasi kebebasan tetapi juga sarana untuk menuangkan sikap acuh tak acuh, prasangka buruk, dan ujaran kebencian (Sudiby, 2018).

Problematika ini semakin rumit akibat tidak adanya regulasi untuk menjaga ekosistem media. Menurut H. Atal S. Depari—Ketua Dewan Pembina Persatuan Wartawan Indonesia Pusat (PWI Pusat), perlu adanya rumusan regulasi yang adil dan transparan yang memungkinkan adanya koeksistensi antara media konvensional dan media baru—*distributed media*, seperti Google dan Meta supaya dapat menjaga keseimbangan ekosistem media yang selama ini timpang (Arika, 2021). Kenyataannya sampai saat ini, penerbit berita mengunggah dan mendistribusikan konten berita, baik itu tulisan, foto, dan video mereka pada ekosistem digital yang dikendalikan *distributed media* global—Google dan Meta (Arika, Langkah Awal Menjaga Ekosistem Media, 2021).

Penerbit berita—perusahaan media massa seperti Kompas.id sebagai ekstensa harian *Kompas* sebagaimana media massa nasional yang dinilai masih cukup stabil pun, turut merasakan adanya ketimpangan ekosistem dan koeksistensi akibat penetrasi bisnis Google, Meta, Amazon, dan *distributed media*

global lainnya yang melampaui batas geografis yang secara cepat mengubah konstelasi media secara global, regional, dan nasional (Sudibyo, 2018). Tentu saja, ketimpangan ekosistem dan koeksistensi semakin terasa nyata pada media massa daerah dan berjejaring yang memiliki jangkauan maupun target pembacanya tidak seluas Kompas.id dan media massa nasional lainnya. Asumsi tersebut diperkuat dengan kondisi media daerah pada tahun 2021 yang mengalami penurunan tajam dengan pendapatan uang iklan sebesar satu juta rupiah setiap bulannya (Wicaksono, 2023). Salah satu imbas yang dirasakan oleh para jurnalis di Yogyakarta—salah satu daerah di mana nasib para jurnalisnya dinilai mengenaskan, adalah tidak mendapat jaminan kesehatan hingga upah di bawah UMR (Briantika & Syambudi, 2020). Selain itu, biaya lain yang dibutuhkan untuk bermigrasi secara maksimal secara daring juga cukup mahal dan SDM (sumber daya manusia) yang banyak (Adam, 2018). Fakta tersebut menjadi salah satu alasan kuat terjadinya praktik fleksploitasi pada jurnalis masa kini, terutama yang bertugas di perusahaan media massa daerah dan berjejaring di Yogyakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Melalui fenomena ketimpangan ekosistem media massa berbasis digital akibat keberadaan *distributed media* global, seperti Google dan Meta, maka penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana ekosistem media massa digital di Yogyakarta dalam isu fleksploitasi berdasarkan kajian fenomenologi normalisasi pada jurnalis media daerah dan berjejaring?” .

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan ekosistem media massa digital di Yogyakarta pada jurnalis yang terkait dengan isu fleksploritasi. Penelitian ini berdasarkan pada pendekatan fenomenologi yang mengamati normalisasi dan kerentanan dalam praktik kerja media daerah dan berjejaring di Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Memperkaya literatur penelitian kualitatif dan memberikan konsep praktik fleksploritasi yang dialami oleh para jurnalis pada kajian ekonomi politik komunikasi melalui ekosistem media massa berbasis digital.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perlindungan kerja para jurnalis media massa digital—terutama daerah.