

**Mengeksplorasi Eksploitasi Kreator Konten TV dan TikTok  
(Perspektif Fuchs)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ilmu  
Komunikasi**



**MONICA AYU NANDA**

**2221013021**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2025**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.**

**Nama : Monica Ayu Nanda**

**NIM : 2221013021**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 12 Desember 2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**

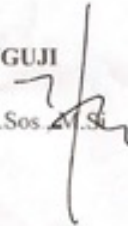

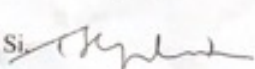
**HALAMAN PENGESAHAN**

Tesis ini diajukan oleh

Nama : Monica Ayu Nanda  
NIM : 2221013021  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : Eksploitasi Pekerja Digital pada Platform TikTok (Melacak Koersi, Alienasi, dan Apropriasi dalam Perspektif Fuch)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi - Universitas Bakrie

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si.  ( )  
Penguji : Dr. Henni Gusfa, S.S., M.Si.  ( )  
Penguji : Prof. Dr. Septiawan Santana Kurnia, S.Sos., M. Si.  ( )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Desember 2024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir berjudul **“Mengeksplorasi Eksploitasi Kreator Konten TV dan TikTok (Perspektif Fuchs)”** dengan baik. Adapun, penelitian Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis amat menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak dapat selesai tanpa bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak, semasa awal perkuliahan hingga pada tahap penyusunan Tugas Akhir ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Suami penulis yang selalu mendukung penulis untuk terus mengejar cita-cita dalam pendidikan ataupun pekerjaan serta mendorong penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Orangtua serta adik-adik (Indah, Arif, Ihsan) penulis yang terus memberikan dukungan dan doanya untuk pendidikan penulis.
3. Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M. Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu, mengarahkan, serta membimbing peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Dr. Henni Gusfa, S.S., M. Si dan Prof. Dr. Septiawan Santana Kurnia, S.Sos., M. Si selaku dosen penguji yang telah memberi masukan dan bimbingan untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini.
5. Dosen-dosen Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu berharga kepada saya selama menjadi mahasiswa
6. Sahabat serta teman-teman angkatan pertama Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang terus memberi dukungan agar saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap kebaikan-kebaikan pihak di atas dapat dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa. Demikian yang dapat penulis sampaikan, akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 12 Desember 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned to the right of the date.

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Monica Ayu Nanda  
NIM : 2221013021  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### MENGEKSPLORASI EKSPLOITASI KREATOR KONTEN TV DAN TIKTOK (PERSPEKTIF FUCHS)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Desember 2024

Yang menyatakan



(Monica Ayu Nanda)

## MENGEKSPLORASI EKSPLOITASI KREATOR KONTEN TV DAN TIKTOK (PERSPEKTIF FUCHS)

Monica Ayu Nanda

---

### ABSTRAK

Evolusi media digital, khususnya media sosial, kini dimanfaatkan oleh perusahaan televisi untuk mempromosikan program mereka. Dengan penggunaan media sosial oleh media televisi maka terbentuk lah tim-tim khusus untuk mengelola platform-platform ini, yang dikenal sebagai Spesialis Media Sosial dan Pembuat Konten Digital. Selain menciptakan konten untuk perusahaan mereka, para pekerja media ini juga menghasilkan konten untuk media sosial pribadi mereka, terutama TikTok. Mereka memanfaatkan keahlian profesional sebagai pekerja media untuk mendapatkan keterlibatan tinggi dan menambah jumlah pengikut pada akun TikTok mereka. Pemanfaatan media sosial ini tidak hanya dilakukan oleh pekerja digital namun juga dilakukan oleh *Associate Producer* yang secara aktif membagikan kegiatan kerja mereka di akun TikTok pribadi mereka. Studi ini bertujuan mengkaji bagaimana eksploitasi terjadi di kalangan pekerja digital—yang disebut sebagai pembuat konten televisi di TikTok—dari perspektif Christian Fuchs, yang mencakup koersi, alienasi, dan apropriasi. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi baru, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pekerja digital yang juga merupakan karyawan media televisi, observasi non-partisipatif, analisis dokumen, dan tinjauan penelitian sebelumnya. Temuan yang dianalisis melalui teori kerja digital Fuchs menunjukkan bahwa pekerja digital menghadapi eksploitasi baik sebagai karyawan media maupun sebagai pembuat konten. Eksploitasi terlihat dalam hal jam kerja dan beban kerja yang tidak seimbang, alienasi dari kehidupan vital mereka, dan pengambilalihan hasil kerja mereka oleh perusahaan media tanpa kompensasi tambahan. Praktik-praktik ini menggambarkan aspek-aspek utama eksploitasi pekerja digital: koersi, alienasi, dan apropriasi.

**Kata kunci** : pekerja digital, eksploitasi, media sosial, TikTok, *content creator*

## EXPLORING THE EXPLOITATION OF TV AND TIKTOK CONTENT CREATOR (FUCHS PERSPECTIVE)

Monica Ayu Nanda

---

### ABSTRACT

The evolution of digital media, particularly social media, is increasingly being leveraged by companies to promote their products, much like how television media promotes programs and shows. With television adapting to social media, specialized teams have been formed to manage these platforms, known as Social Media Specialists and Digital Content Creators. Beyond creating content for their companies, these media workers also generate content for their personal social media, particularly TikTok. They utilize their professional expertise to gain high engagement and grow their TikTok followers. This trend is not exclusive to digital media workers in television; other professionals, such as Associate Producers, also actively share their work activities on their personal TikTok accounts. This study aims to examine how exploitation occurs among digital labour—referred to as television content creators on TikTok—from Christian Fuchs' perspective, which includes coercion, alienation, and appropriation. Using a qualitative approach with a new ethnography method, data was collected through in-depth interviews with digital workers who are also television media employees, non-participatory observations, document analysis, and reviews of previous research. The findings, analyzed through the lens of Fuchs' digital labor theory, reveal that digital labour face exploitation both as media employees and as content creators. Exploitation is evident in terms of mismatched working hours and workload, alienation from their vital lives, and the appropriation of their output by media companies without additional compensation. These practices illustrate key aspects of digital worker exploitation: coercion, alienation, and appropriation.

**Keywords:** Exploitation, digital labour, social media, TikTok, content creator



**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II.....</b>	<b>14</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	14
2.2 Tinjauan Pustaka.....	29
2.2.1 Digital Labour .....	29
2.2.2 Media Sosial .....	33
2.2.2.2 TikTok .....	35
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	36
<b>BAB III .....</b>	<b>38</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Desain dan Pendekatan .....	38
3.2 Metodologi Penelitian.....	38
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	40
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data.....	41
3.4.1 Sumber Data .....	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.6 Teknik Penguji Keabsahan Data.....	44
<b>BAB IV .....</b>	<b>46</b>
<b>PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Pekerja Digital .....	46

4.1.1 Ceacill.....	48
4.1.1.1 Analisis Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Koersi.....	48
4.1.1.2 Analisis Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Alienasi.....	57
4.1.1.3 Analisis Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Apropriasi.....	64
4.1.2 Kenzita .....	68
4.1.2.1 Analisis Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Koersi.....	68
4.1.2.2 Analisis Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Alienasi.....	75
4.1.2.3 Analisis Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Apropriasi.....	84
4.1.3 Panji.....	91
4.1.3.1 Analisis Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Koersi.....	91
4.1.3.2 Analisis Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Alienasi.....	100
4.1.3.3 Analisis Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Apropriasi.....	108
<i>4.2 Pembahasan dan Diskusi.....</i>	<i>110</i>
4.2.1 Koersi.....	111
4.2.2 Alienasi.....	111
4.2.3 Apropriasi.....	112
<b>BAB V.....</b>	<b>114</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>114</b>
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	116
5.3 Saran dan Implikasi.....	116
5.3.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	116
5.3.2 Saran untuk Industri atau Lembaga.....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Profil Tiktok Ceacill.....	53
Gambar 4.2 <i>Rate Card</i> Ceacill.....	54
Gambar 4.3 Konten Ceacill di TikTok saat sedang bekerja.....	55
Gambar 4.4 Ceacill membuat konten saat sedang bekerja .....	56
Gambar 4.5 Komen <i>followers</i> pada akun TikTok Ceacill.....	58
Gambar 4.6 Komen <i>followers</i> pada akun TikTok Ceacill.....	59
Gambar 4.7 Video Ceacill bersama teman-teman saat berkumpul.....	63
Gambar 4.8 Akun Instagram Ceacill .....	65
Gambar 4.9 Konten Kenzi saat di <i>backstage</i> bersama Ashanty .....	71
Gambar 4.10 Komentar penggemar di video Kenzita .....	72
Gambar 4.11 Akun TikTok Kenzi.....	74
Gambar 4.12 Kenzi saat sedang bekerja.....	75
Gambar 4.13 Konten TikTok Kenzi mengikuti tren .....	77
Gambar 4. 14 Konten Kenzi bersama artis.....	78
Gambar 4.15 Video TikTok Kenzi bersama temannya .....	83
Gambar 4.16 Konten TikTok Kenzi yang memperlihatkan seragam .....	85
Gambar 4.17 Konten Kenzi di salah satu program kantor.....	89
Gambar 4.18 TikTokers yang <i>diendorse</i> perusahaan.....	90
Gambar 4.19 Akun TikTok Panji .....	92
Gambar 4.20 Video <i>endorse</i> set top box.....	94
Gambar 4.21 Konten TikTok Panji joget di studio .....	96
Gambar 4.22 Konten TikTok Panji joget di kamar.....	96
Gambar 4.23 Konten Panji dengan kru Trans TV .....	97
Gambar 4.24 Konten Panji bersama pasangan .....	105
Gambar 4.25 Konten di tongkrongan .....	106
Gambar 4.26 Konten Panji bersama Romi .....	107

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....37