

**EKSPLOITASI KERJA DIGITAL DI ERA MEDIA SOSIAL:
PERSPEKTIF *CHRISTIAN FUCHS* TERHADAP PROFESI
KONTEN KREATOR *LIFESTYLE***

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister (S2)
Ilmu Komunikasi**



**Oleh:
IMAM TURMUDI
2231023014**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengam benar.**

Nama : Imam Turmudi
NIM : 2231023014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 6 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

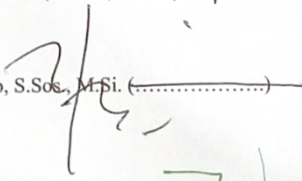
Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Imam Turmudi
NIM : 2231023014
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Eksploitasi Kerja Digital Di Era Media Sosial: Perspektif Christian Fuchs Terhadap Profesi Konten Kreator *Lifestyle*

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. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. (.....)

Penguji I : Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si. (.....)

Penguji II : Eli Jamilah Mihardja, S.S., M.Si., Ph.D. (.....)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 10 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Eksplorasi Kerja Digital Di Era Media Sosial: Perspektif Christian Fuchs Terhadap Profesi Konten Kreator Lifestyle” dengan baik. Tesis ini dapat terselesaikan berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Universitas Bakrie yang telah memberikan kesempatan dan wadah dalam pengembangan keilmuan serta mendukung proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
2. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan dedikasi tinggi dalam proses penulisan tesis ini.
3. Kedua orang tua tercinta, papa dan mama, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral maupun materiil dalam setiap langkah penulis.
4. Sahabat-sahabat terbaik penulis, yaitu Mbak Ayu, Olla, Amel, Irma, Sifi, serta seluruh *bestie* yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan yang berarti selama proses penulisan ini berlangsung.
5. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, motivasi, dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan tesis ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi organisasi dan menjadi referensi dalam studi terkait komunikasi internal perusahaan.

Jakarta, 6 September 2025

Penyusun,



Imam Turmudi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Imam Turmudi
NIM : 2231023014
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Eksploitasi Kerja Digital Di Era Media Sosial: Perspektif Christian Fuchs Terhadap Profesi Konten Kreator Lifestyle

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

EKSPLOITASI KERJA DIGITAL DI ERA MEDIA SOSIAL: PERSPEKTIF CHRISTIAN FUCHS TERHADAP PROFESI KONTEN KREATOR LIFESTYLE

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie bberhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tesis saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akasemis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 6 September 2025

Yang menyatakan



Imam Turmudi

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah lanskap kerja kreatif, terutama bagi Konten Kreator (*content creator*) *lifestyle* di Indonesia. Di balik peluang ekonomi digital yang terus tumbuh, fenomena eksploitasi kerja digital menjadi tantangan nyata. Para kreator tidak hanya berhadapan dengan tekanan algoritma dan tuntutan agensi, tetapi juga sistem kompensasi yang tidak proporsional dengan beban kerja. Nilai kreativitas personal sering kali dikompromikan demi memenuhi standar komersial, menandakan adanya relasi kuasa yang timpang antara kreator, agensi, dan *platform*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konten kreator *lifestyle* memaknai praktik kerja digital yang mengandung elemen koersi, apropriasi, dan alienasi, serta bagaimana mereka merespons tekanan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi kritis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap lima kreator aktif di Instagram dan TikTok, serta satu triangulator dari pihak agensi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk eksploitasi terjadi dalam tiga dimensi yaitu ketergantungan terhadap algoritma, ketidakseimbangan pembagian keuntungan, dan lemahnya posisi tawar kreator dalam kerja sama komersial. Para kreator merasa kehilangan kendali kreatif dan menerima kompensasi di bawah standar. Meski demikian, mereka merespons dengan strategi adaptif untuk mempertahankan eksistensi. Hasil ini memperkuat pentingnya perlindungan terhadap pekerja digital dalam ekosistem ekonomi kreatif.

Kata kunci: eksploitasi digital, konten kreator, sosial media, agensi digital, fenomenologi kritis.

ABSTRACT

The development of social media transformed the creative work landscape, particularly for lifestyle content creators in Indonesia. Despite the growing opportunities in the digital economy, the phenomenon of digital labor exploitation presented a real challenge. Creators faced not only algorithmic pressure and agency demands, but also a compensation system that was disproportionate to their workload. Personal creativity was often compromised to meet commercial standards, indicating an unequal power relationship between creators, agencies, and platforms. This study aimed to understand how lifestyle content creators interpreted digital work practices that contained elements of coercion, appropriation, and alienation, and how they responded to these pressures.

This study used a qualitative approach with critical phenomenology. Data were collected through in-depth interviews with five active creators on Instagram and TikTok, as well as one triangulator from a digital agency. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model. The results showed that exploitation occurred in three dimensions: dependence on algorithms, unequal profit sharing, and weak bargaining power of creators in commercial partnerships. Creators felt a loss of creative control and received substandard compensation. Nevertheless, they responded with adaptive strategies to maintain their existence. These findings reinforced the importance of protecting digital workers in the creative economy ecosystem.

Keywords: *digital exploitation, content creators, social media, digital agencies, critical phenomenology.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoretis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Tinjauan Pustaka.....	17
2.1.1 Teori <i>Digital Labour</i>	17
2.1.1.1 Profesionalisme Digital.....	24
2.1.1.2 Eksistensi dan Popularitas.....	25
2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kerja Konten Kreator dari <i>Teori Christian Fuchs</i>	26
2.1.1.4 Praktik Kerja Digital dan Persaingan dalam Industri Digital	28
2.1.1.5 Aspek Komunikasi dalam Ranah Pekerja Digital.....	29
2.1.2 Fenomenologi Kritis.....	31
2.1.3 Konsep Kekuasaan dalam Ekonomi Digital	32

2.1.4 Kapitalisme Digital, Ekonomi Kreator, dan Kemunculan Konten Kreator dalam Perspektif <i>Digital Labour</i>	34
2.1.5 Motivasi dalam Memilih Profesi sebagai Konten Kreator.....	40
2.1.6 Instagram.....	41
2.2 Penelitian Sebelumnya	43
2.3 Pernyataan Kebaruan.....	63
2.4 Kerangka Pemikiran	65
III METODOLOGI PENELITIAN.....	68
3.1 Desain dan Pendekatan.....	68
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	70
3.3 Pengumpulan Data.....	71
3.4 Analisis Data.....	75
3.5 Triangulasi Data	76
3.6 Operasionalisasi Konsep.....	78
IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	82
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	82
4.1.1 Pekerja Digital.....	82
4.1.2 Profil Nara Sumber	84
4.2 Hasil wawancara.....	92
4.2.1 Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Koersi.....	92
4.2.2 Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Alienasi.....	104
4.2.3 Eksploitasi Pekerja Digital dalam bentuk Apropriasi	118
4.2.4 Makna Personal.....	140
4.2.5 Strategi Bertahan.....	149
4.2.6 Kesadaran Posisi	160
4.2.7 Respon Terhadap Eksploitasi.....	169
4.3 Pembahasan	174
4.3.1 Pemaknaan Pengalaman Eksploitasi Digital oleh Kreator <i>Lifestyle</i>	174
4.3.2 Respon dan Strategi Kreator <i>Lifestyle</i> terhadap Tekanan Praktik Kerja Digital	178

V	PENUTUP	182
	5.1 Kesimpulan.....	182
	5.2 Saran	183
	DAFTAR PUSTAKA	185
	LAMPIRAN.....	192

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	55
Tabel 3.1	Subjek penelitian Penelitian	72
Tabel 3.2	Tabel Operasionalisasi Konsep	79
Tabel 4.1	Koding Tekanan <i>Deadline</i>	94
Tabel 4.2	Koding Tuntutan Eksistensi Digital	98
Tabel 4.3	Koding Dorongan Konstan Untuk Tetap Relevan	102
Tabel 4.4	Koding Ketidakmampuan Mengontrol Arah Konten.....	107
Tabel 4.5	Koding Ketergantungan Pada Algoritma	112
Tabel 4.6	Koding Kehilangan Makna Atas Pekerjaan	116
Tabel 4.7	Koding Kompensasi di Bawah Standar.....	125
Tabel 4.8	Koding Kerja Sama Berbasis Barter Produk.....	130
Tabel 4.9	Koding Ketidakseimbangan Pembagian Keuntungan.....	138
Tabel 4.10	Koding Persepsi dan Penafsiran Profesi.....	143
Tabel 4.11	Koding Pengalaman Hidup Kreator	147
Tabel 4.12	Koding Teknik Adaptasi	151
Tabel 4.13	Koding Perlawanan Simbolik.....	155
Tabel 4.14	Koding Manajemen Stres dan Ekspektasi.....	158
Tabel 4.15	Koding Pemahaman Tentang Eksploitasi	164
Tabel 4.16	Koding Kritik Terhadap Struktur Kekuasaan Digital	168
Tabel 4.17	Koding Respon Terhadap Eksploitasi	173

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data <i>Platform</i> Media Sosial Terpopuler di Indonesia Tahun 2024	5
Gambar 1.2	Data Pengguna Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024.	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	65
Gambar 4.1	Akun Instagram, Huda Kurniawati.....	85
Gambar 4.2	Akun Instagram, Rian Supriatna	86
Gambar 4.3	Akun Instagram, Shindy Ursula	87
Gambar 4.4	Akun Instagram, Irvan Pratama.....	88
Gambar 4.5	Akun Instagram, Ridwan Ramadhan.....	90
Gambar 4.6	Foto Profile, Aji T. Setiawan.....	91
Gambar 4.7	<i>Treatment</i> Kecantikan, Huda Kurniawati.....	105
Gambar 4.8	Bukti pemberitahuan akun Instagram ke hack, Ridwan	110
Gambar 4.9	Bukti Kerjasama dibawah <i>rate card</i> Huda	119
Gambar 4.10	Bukti tawaran Kerjasama dibawah <i>rate card</i> Rian.....	120
Gambar 4.11	Bukti tawaran Kerjasama dibawah <i>rate card</i> Shindy	121
Gambar 4.12	Bukti Kerjasama tidak sesuai <i>rate card</i> , irvan	123
Gambar 4.13	Bukti Kerjasama barter Huda	128
Gambar 4.14	Bukti konten dimanfaatkan oleh media TV, Huda.....	134
Gambar 4.15	Bukti tindakan atas tidak dibayar oleh agensi, Ridwan.....	137
Gambar 4.16	Bukti tawaran kerjasama di bawah <i>rate card</i>	162
Gambar 4.17	Postingan <i>Reels</i> dengan suara AI, Ridwan	163
Gambar 4.18	Bukti Penolakan Kerjasama Barter, Huda.....	170

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 2. Dokumentasi Foto.....	192
-----------------------------------	-----