

MENGAPA PEKERJA MEDIA DAN INDUSTRI KREATIF DI SURABAYA PERLU BERSERIKAT?

diterbitkan oleh Komite Persiapan SINDIKASI Surabaya



EKONOMI KREATIF JAWA TIMUR DAN KOTA SURABAYA

Belakangan ini ekonomi kreatif masih dianggap penting dalam pengembangan ekonomi nasional. Data kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif (Kemenparekraf) menunjukkan sumbangsih ekonomi kreatif mencapai 6,77 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional Triwulan III pada tahun 2023 dan diproyeksikan akan terus meningkat¹. Sebagai salah satu provinsi yang diperhitungkan dalam ekonomi nasional, provinsi Jawa Timur berkontribusi 20,85 persen atau kontributor terbesar kedua bagi ekonomi kreatif nasional². Sebaran pelaku ekonomi kreatif di Jawa Timur yang tercatat oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2019 menempatkan Surabaya sebagai kota penting di Jawa Timur dalam hal ekonomi kreatif dengan jumlah 142.438 unit usaha, disusul kota Malang dan kota Kediri dengan jumlah 40.680 unit usaha dan 14.939 unit usaha³.

Data di atas sekilas menunjukkan bahwa kota Surabaya merupakan kota kreatif yang patut diperhitungkan. Namun, apabila kita dibandingkan dengan kota berpredikat kreatif lainnya seperti Yogyakarta & Bandung, citra kota yang patriotik (kota pahlawan) dan industrial (dominasi aktivitas industri & perdagangan) lebih melekat ketimbang citra kreatifnya. Upaya transformasi citra kota Surabaya dari kota industri menjadi kota digital dan kreatif telah dilakukan oleh pemerintah kota Surabaya sejak tahun 2015⁴. Di bawah pemerintahan walikota Tri Rismaharini, kota Surabaya mendukung beberapa program kerjasama di bidang kreatif seperti Kibar (Google Business Group berbasis Jakarta) dan Start Surabaya. Kota Surabaya juga kerap menjadi tempat penyelenggaraan acara nasional dan internasional di bidang kreatif seperti Popcon Asia 2015, Bekraf Festival 2018, Startup Nation Summit 2018, dan yang terakhir Gerakan 2.000 Startup Jawa Timur 2023. Namun, kini gambar-gembar upaya transformasi kota Surabaya menjadi kota digital dan kreatif perlahan meredup dan tidak jelas perkembangannya.

K(E)REATIF: KERENTANAN PEKERJA DI BALIK HINGAR BINGAR EKONOMI KREATIF

Data statistik Kemenparekraf menunjukkan, Jawa Timur menjadi salah satu provinsi yang penting dalam ekonomi kreatif nasional dengan jumlah pekerja ekonomi kreatif pada tahun 2022 mencapai 3.863.866 orang atau setara 16,11 persen dari total tenaga kerja ekonomi kreatif nasional⁵. Pekerja yang bekerja di subsektor kuliner, fesyen, dan kriya masih mendominasi komposisi tenaga kerja ekonomi kreatif Indonesia dalam kurun waktu 2018-2022⁶. Secara tidak langsung informasi tersebut memberikan gambaran serupa terkait komposisi tenaga kerja ekonomi kreatif di kota Surabaya. Sayangnya, di kota dengan pelaku ekonomi kreatif dan perekonomian terbesar di Jawa Timur ini, permasalahan ketenagakerjaan jarang dibicarakan atau senyap dari sorotan.

Berdasarkan diskusi “Cangkrukan Pekerja Surabaya” yang diadakan oleh Serikat Pekerja Media dan Industri Kreatif untuk Demokrasi (SINDIKASI) pada tanggal 18 Februari 2024, permasalahan pekerja kreatif di Surabaya bervariasi dan tidak terbatas pada upah rendah saja. Permasalahan lain yang juga sering dialami di lingkungan kerja dan familiar bagi sebagian peserta diskusi yaitu masalah relasi kuasa yang timpang, beban dan tekanan kerja tinggi, relasi kerja yang toksik, diskriminasi gender dan SARA, serta tidak adanya kesejahteraan pekerja. Selain itu, permasalahan di luar ranah produktif seperti sulitnya akses hunian terjangkau, minimnya transportasi umum dan layanan mobilitas kota, serta kacaunya ekosistem kreatif di kota Surabaya menjadi masalah yang tak kalah penting. Keluhan yang dirasakan secara kolektif tersebut menunjukkan bahwa di balik hingar bingar ekonomi kreatif, kondisi pekerjaannya tidak baik-baik saja. Tak heran muncul celetukan; Surabaya kota *crazy rich*, pengusahnya *rich* pekerjaannya *crazy*.

Daftar permasalahan yang dirasakan pekerja kreatif di atas merupakan gejala yang menunjukkan akar permasalahan yang lebih besar. Dalam sistem ekonomi yang kapitalis, secara struktural posisi kelas pekerja akan selalu rentan dan tereksplotasi. Tidak adanya kerangka hukum ketenagakerjaan yang jelas, tidak adanya patokan tarif standar, dan minimnya jaminan kesejahteraan merupakan paket komplim untuk meredam kekuatan kelas pekerja di sektor industri kreatif. Corak kerja yang terindividualisasi dan kecenderungan pekerja kreatif resisten terhadap upaya kolektif juga menjadi tantangan tersendiri dalam memecahkan kesemrawutan permasalahan pekerja kreatif⁷.

¹ Indikator Makro Parekraf 2022/2023, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023, hlm. 36.

² Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. “Jatim Kontributor Kedua Ekonomi Kreatif Nasional”, Kominfo Jatim, 11 Juni 2023, <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/jatim-kontributor-kedua-ekonomi-kreatif-nasional>. Diakses 26 Maret 2024.

³ Badan Ekonomi Kreatif, Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif, (Jakarta: Bekraf, 2019), hlm. 35-36.

⁴ Kustiani, Rini. “Surabaya Didapuk Jadi Kota Kreatif”, Tempo, 8 Agustus 2015, <https://nasional.tempo.co/read/690174/surabaya-didapuk-jadi-kota-kreatif>. Diakses 26 Maret 2024.

⁵ Statistik Tenaga Kerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2018-2022, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023, hlm. 180.

⁶ Ibid. hlm. 86.

⁷ Rio Apinino, “Meningkatkan Kekuatan Freelancer dengan Berserikat”, Indoprogres, 9 Maret 2022.

<https://indoprogres.com/2022/03/mentingkatkan-kekuatan-freelancer-dengan-berserikat/>. Diakses 26 Maret 2024

MENGAPA PEKERJA MEDIA DAN INDUSTRI KREATIF DI SURABAYA PERLU BERSERIKAT?

diterbitkan oleh Komite Persiapan SINDIKASI Surabaya



URGENSI BERSERIKAT DI TENGAH REZIM KERJA TANPA ‘SEKAT’

Perlu diketahui, situasi rentan yang dialami kelas pekerja tak lepas dari perkembangan rezim pasar tenaga kerja fleksibel (*labor market flexibility*) yang dirancang oleh kapitalisme *neo-liberal*. Berawal dari skema kerja kontrak dan outsourcing yang dikembangkan sejak akhir 1970-an, perkembangan rezim pasar tenaga kerja fleksibel saat ini telah mencapai tahap diperantara oleh platform⁸. Pada tahap ini, pekerja kreatif—lepasan maupun tidak—bisa bekerja untuk pemberi kerja mana pun di belahan dunia ini melalui platform tenaga kerja digital⁹. Meskipun kerja tak lagi tersekat oleh jarak dan waktu, pengembangan platform yang bersekutu dengan rezim pasar tenaga kerja fleksibel menciptakan *flexploitation*¹⁰ dan mengalihkan ongkos operasional produksi kepada kelas pekerja¹¹. Ringkasnya, model ekonomi kreatif yang bercorak ‘gigs’ ini merupakan cara kapitalisme *neoliberal* untuk meredam resistensi pekerja, sekaligus meringkus lebih banyak lagi nilai kerja dari pekerja demi pertambahan profit.

Pada konteks kota Surabaya, gejala *flexploitation* tidak hanya dirasakan oleh *freelancer* digital saja. Pada ranah jurnalistik dan media, terdapat praktik pengupahan berdasarkan jumlah klik pada artikel berita daring. Di sektor kuliner, salah satu gejala yang kerap terjadi adalah kontrak kerja yang tidak jelas dengan jam kerja yang panjang atas nama loyalitas. Tak hanya itu, pekerja di sektor seni dan budaya mengalami *flexploitation* melalui kerja-kerja berbasis proyek yang bersifat temporer dengan pendanaan yang tidak menentu. Transformasi bentuk kerja baru dalam ranah human resource juga menciptakan praktik pengupa-

han berdasarkan performa pekerja yang direkrut—jika pekerja tersebut tidak perform, maka pekerja *human resource* ikut tidak dibayar. Tak sedikit pekerja yang mengalami kondisi kerja yang merentankan tersebut untuk menerima kerja ganda (*double job*) demi memenuhi kebutuhan hidup. Kekacauan kondisi kerja di atas merupakan permasalahan struktural yang tak bisa diselesaikan secara individu dengan pihak pemberi kerja. Untuk itu, pembentukan serikat pekerja media dan industri kreatif di kota Surabaya menjadi semakin penting dan mendesak.

Pembentukan SINDIKASI Surabaya bisa menjadi wadah ber-serikat bagi para pekerja media industri kreatif dan untuk bisa memanfaatkan teknologi, menghimpun kemampuan kreasi dan komunikasi, dan mendorong solidaritas antar pekerja untuk membangun transisi budaya tanding non-kapitalistik. Membangun serikat pekerja bukanlah seperti mengayunkan tongkat sihir: terkabulkan serta merta permintaan kelas pekerja. Namun, memerlukan kerjasama, disiplin, dan—tentu saja—kreativitas kita bersama untuk mengubah kondisi yang merentankan kelas pekerja.

REFERENSI

Artikel Koran dan Situs Web

Apinino, Rio. 2022.

“Meningkatkan Kekuatan Freelancer dengan Berserikat” IndoPROGRESS.

<https://indoprogress.com/2022/03/meningkatkan-kekuatan-freelancer-dengan-berserikat/>.

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. 2023.

“Jatim Kontributor Kedua Ekonomi Kreatif Nasional”

Kominfo Jatim, June 11, 2023.

<https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/jatim-kontributor-kedua-ekonomi-kreatif-nasional>.

Kustiani, Rini. 2015. “Surabaya Didapuk Jadi Kota Kreatif.”

Tempo, Agustus 8, 2015.

<https://nasional.tempo.co/read/690174/surabaya-didapuk-jadi-kota-kreatif>.

Buku, Artikel, dan Publikasi Lainnya

Bourdieu, Pierre. 2000. *Acts of Resistance: Against the New Myths of our Time*. Translated by Richard Nice. 1st ed. Cambridge: Polity Press.

Badan Ekonomi Kreatif. 2019. *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*. 1st ed. Jakarta: Bekraf.

Izzati, Fathimah F., Rara S. Larasati, Ben K. Laksana, Rio Apinino, dan Kathleen Azali. 2021. *Pekerja Industri Kreatif Indonesia: Flexploitation, Kerentanan, dan Sulitnya Berserikat*. Jakarta: SINDIKASI x FNV Mondiaal. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2023. *Indikator Makro Parekras 2022/2023*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2023. *Statistik Tenaga Kerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2018-2022*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Srnicek, Nick. 2016. *Platform Capitalism*. 1st ed. Cambridge: Polity Press.

Wood, Alex J., dan Vili Lehdonvitra. 2019. “Platform labour and structured antagonism:

Understanding the Origins of Protest in the Gig Economy.” (Maret).

<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3357804>.

Serikat Pekerja Media dan Industri Kreatif untuk Demokrasi (SINDIKASI) merupakan organisasi yang diinisiasi oleh para pekerja untuk menjadi wadah kolektif dalam mengatasi kompleksitas permasalahan kelas pekerja. Sejak 2017, SINDIKASI aktif melakukan pengorganisasian, pendampingan, serta mengedukasi para pekerja media dan industri kreatif. SINDIKASI resmi tercatat sebagai serikat pekerja pada Suku Dinas Ketenagakerjaan Jakarta Utara dengan nomor pencatatan 2279/III/SP/XII/2017. Saat ini SINDIKASI sudah memiliki kepengurusan di tingkat wilayah yaitu Jabodetabek dan Yogyakarta serta segera menyusul di Bandung, Surabaya, dan Makassar.

Informasi lebih lanjut mengenai Sindikasi, bisa cek dan ikuti langsung situs web: sindikasi.org,
twitter: @SINDIKASI
Instagram: @serikatsindikasi
facebook: sindikasi.org

⁸ Secara umum, konsep platform menurut Srnicek merujuk pada ‘jenis perusahaan baru’ yang dicirikan dengan menyediakan infrastruktur untuk menjadi perantara antara kelompok pengguna yang berbeda untuk saling berinteraksi. Nick Srnicek, *Platform Capitalism* (Cambridge: Polity Press, 2016), hlm.48.

⁹ Platform tenaga kerja (labour platform) memproduksi bentuk hubungan ekonomi baru yang membuat pekerja platform (platform labour) selalu dalam posisi bergantung. Alex J. Wood & Vili Lehdonvitra, “Platform labour and structured antagonism: Understanding the Origins of Protest in the Gig Economy,” (5 Maret, 2019), hlm. 2

¹⁰ *Flexploitation* merupakan istilah yang diperkenalkan oleh Pierre Bourdieu untuk menjelaskan modus dominasi baru melalui kasualisasi pekerjaan (casualization of employment) yang menjadi basis penciptaan ketidakamanan yang bersifat umum dan permanen dengan tujuan untuk memaksa kelas pekerja tunduk dan menerima eksploitasi. Bentuk kasualisasi pekerjaan terlihat pada hubungan kerja yang bersifat temporer dan fleksibel seperti freelance, kerja kontrak jangka pendek, kerja part-time, kerja kasual, dan variasi kerja fleksibel lainnya. Lebih lanjut baca Pierre Bourdieu, *Acts of Resistance: Against the New Myths of our Time*, diterjemahkan oleh Richard Nice (Cambridge: Polity Press, 2000), hlm. 85.

¹¹ Fathimah Fildzah Izzati et.al, *Pekerja Industri Kreatif Indonesia: Flexploitation, Kerentanan, dan Sulitnya Berserikat* (Jakarta: SINDIKASI x FNV Mondiaal, 2021), hlm. 42.