

# Ekonomi Politik facebook (Meta)

CATUR NUGROHO



# Ekonomi Politik Media Sosial

- Akses ke informasi dan konten di jaringan adalah jantung dari bisnis platform media sosial
- Berbagai kemudahan tersebut merangsang para pengguna media sosial untuk semakin banyak membuat dan mengunggah konten
- Tercipta pasar yang sangat besar bagi perusahaan penyedia platform untuk menjual “pengguna” kepada para pemasang iklan
- Berdasarkan data dari *wearesocial.org* pada Januari 2020, jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia lebih dari 3,9 miliar orang
- Dari jumlah tersebut Facebook menduduki peringkat pertama jumlah pengguna aktif dengan 2,449 miliar pengguna dan Youtube pada peringkat kedua dengan 2 miliar pengguna, sedangkan Instagram berada pada peringkat ke-6 dengan 1 miliar pengguna aktif.

# Struktur Ekonomi Media Sosial



Privasi  
Hilangnya batas-batas personal

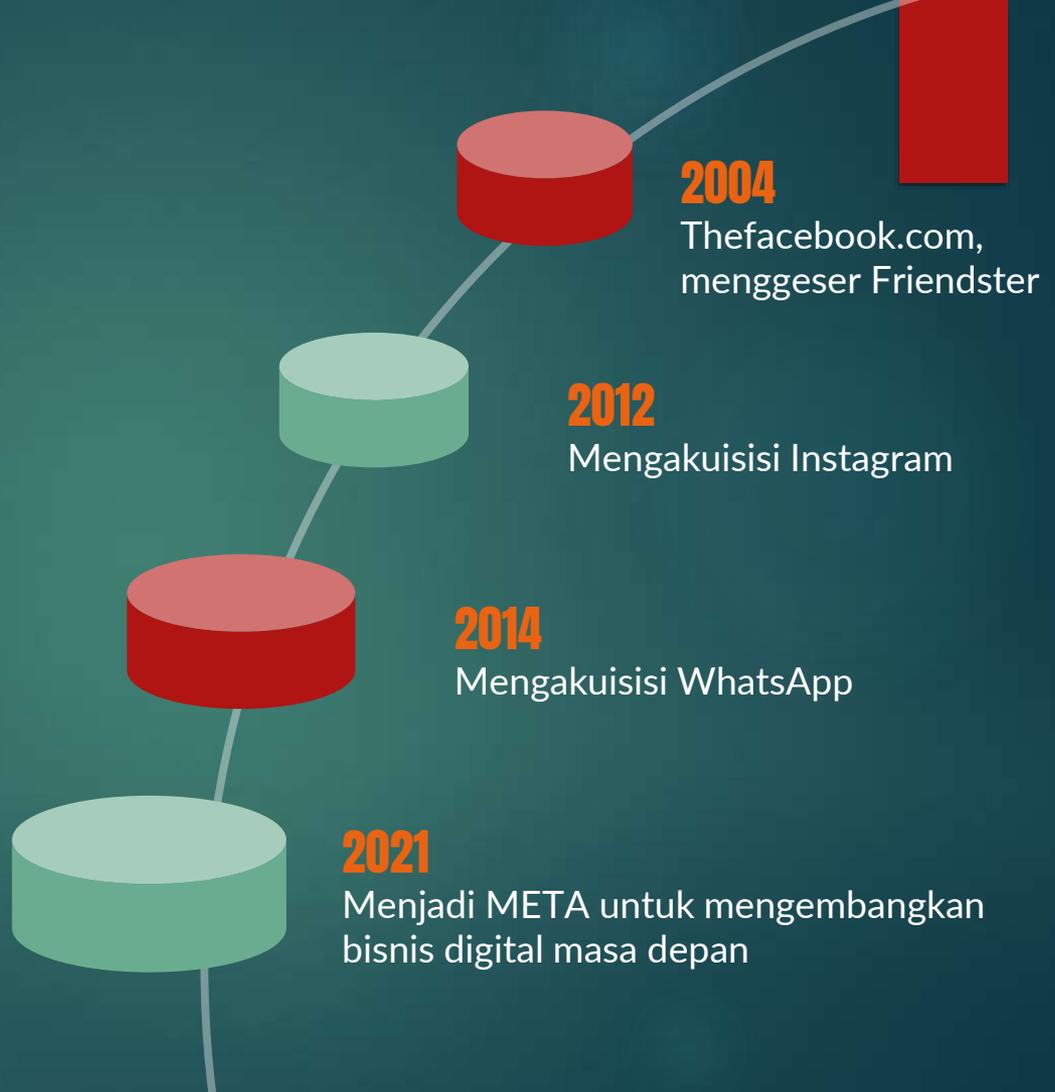


**Kekayaan Intelektual**  
Plagiarism, hak kekayaan intelektual (paten, karya cipta)



**Keadilan dalam representasi**  
Isu tentang terorisme, LGBT, agama, hingga pornografi dipresentasikan dan divisualisasikan di media sosial dengan bebas dan nyaris tanpa kontrol dari pemerintah.

# Facebook



# Facebook Power

- Facebook adalah revolusi di jejaring sosial dan masa depan kapitalisme digital.
- Media sosial dengan berbagai fitur yang mudah digunakan ini menjadi tempat bagi miliaran orang untuk memposting profil atau identitas diri, tulisan, foto, hingga video.
- Facebook memposisikan diri sebagai pemimpin media jejaring online interaktif berbasis pengguna dan Internet.
- Facebook mengisi platform media jejaringnya dengan konten buatan pengguna yang menciptakan nilai dari berbagi informasi antar pengguna.

# Ideologi Facebook



Sejak mengembangkan thefacebook.com dari Harvard, Mark Zuckerberg secara konsisten mengkonsolidasikan akumulasi modal dan komodifikasi ekstensif terhadap pengguna Facebook menjadi kapital yang sangat besar



Kapitalisme global berbasis teknologi digital dan Internet telah menjelma menjadi **e-capitalism** yang menguasai pasar media global



Facebook secara tidak langsung telah mempekerjakan penggunanya untuk menghasilkan akumulasi kapital tanpa mereka sadar telah menjadi “buruh”

# Komodifikasi Facebook



Dengan kemampuan penyimpanan data dan pengolahan algoritma komputer, Facebook mampu menelusuri data-data pribadi penggunanya, dan menjualnya pada pihak yang membutuhkan



Dengan konten berbagi yang diproduksi pengguna, Facebook dapat mengumpulkan miliaran data pribadi yang dapat diolah menjadi komoditas berharga



Facebook juga tak perlu mempekerjakan karyawan untuk memproduksi konten, karena produktifitas pengguna telah mampu memenuhinya



Interaktifitas dan hubungan sosial yang ada di Facebook dapat mengaburkan hubungan ekonomi yang mencerminkan pola perkembangan kapitalis yang lebih besar di era digital, **kapitalisme digital**



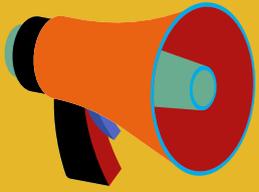
Komunikasi, interaksi dan sosialisasi gratis yang disediakan Facebook sebagai platform jejaring media sosial ternyata berorientasi pada produktivitas pengguna yang digunakan dan diorientasikan oleh perusahaan untuk menghasilkan keuntungan



Kontribusi kita sebagai pengguna dengan membuat dan membagikan konten adalah konsep yang dikembangkan sebagai “tenaga kerja gratis” (*free labour*) atau “kerja non-materi” (*immaterial labour*).



Identitas, kesenangan, preferensi politik, ideologi, tempat tinggal kita, pasangan kita, hingga musik kesukaan kita telah menjadi komoditas yang “diperjualbelikan” oleh Facebook dengan tangan kita sendiri



# What Facebook Say About Us?

Apakah kita sebagai pengguna platform Facebook, ataukah kita yang digunakan oleh Facebook sebagai komoditas yang produktif sekaligus layak jual?