

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Karya

Fenomena penggunaan ojek di Indonesia bermula dari ojek konvensional (pangkalan) yang dioperasikan oleh pengemudi secara independen, tanpa adanya perantara. Istilah ojek berasal dari Bahasa Sunda “*ngobyek*” atau “*ngobjek*”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata mengobjek bermakna; mengerjakan usaha sambil secara tidak tetap untuk menambah penghasilan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 menunjukkan total pengendara motor di Indonesia berjumlah 132.433.679. Jumlah tersebut termasuk pengendara ojek. Sebelumnya, ojek pangkalan menjadi alternatif sarana transportasi masyarakat untuk menembus kemacetan dan menjangkau jalan-jalan sempit, khususnya di kota metropolitan. Namun, keterbatasan akses membuat layanan ojek pangkalan semakin tidak efisien.

Kemudian, teknologi digital masuk dan mulai mengubah sistem konvensional menjadi ojek daring (*ojol*) yang dikontrol sepenuhnya melalui aplikasi. Layanan transportasi daring muncul sebagai solusi praktis bagi masyarakat (Hatimatunnisani & Ayu, 2022). Ojek daring terdiri atas beberapa layanan. Mulai dari antar jemput menggunakan transportasi motor atau mobil, pesan antar makanan, pengiriman barang atau dokumen, hingga layanan pesan antar produk belanja kebutuhan sehari-hari (Lubis, 2024). Tahun 2010, Gojek hadir sebagai pelopor aplikasi transportasi daring pertama di Indonesia (Rahmadani & Fahrudin, 2020). Pada awalnya, aplikasi ini hanya menyediakan layanan *ojol* dengan pusat panggilan. Setelah itu, Gojek mulai mengembangkan sistem pemesanan berbasis seluler secara langsung melalui dawai.

Menurut Sulaiman *et al.* (2024), pengendara ojek daring disebut mitra ojek *online* (*ojol*). Terminologi “mitra” mencerminkan hubungan kerja yang tidak mengikat secara formal antara pengemudi dan perusahaan aplikator. Hubungan kemitraan seperti ini merupakan ciri khas dari sistem *gig economy*, yaitu model

ekonomi di mana pekerja tidak memiliki kepastian pendapatan dan hak tenaga kerja yang memadai (Standing, 2014).

Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 12 Tahun 2019 Pasal 15 ayat (1) menjelaskan bahwa hubungan perusahaan penyedia layanan ojek daring dengan pengemudi ojek daring adalah hubungan mitra. Asosiasi Serikat Pekerja Indonesia (ASPEK Indonesia) memproyeksikan jumlah mitra pengemudi ojek daring yang tersebar di seluruh Indonesia mencapai empat juta orang (Kompas TV, 2024). Amin & Bhismodi (2021) menjelaskan empat asas dalam kemitraan, yaitu asas kesejajaran kedudukan mitra, asas saling membutuhkan, asas saling mematuhi etika bisnis, dan asas saling menguntungkan. Meskipun demikian, pengemudi ojek daring rata-rata bekerja selama 10-12 jam setiap hari, tanpa libur (Annazah et al., 2023). Survei *Institute for Demographic and Poverty Studies* (IDEAS) tahun 2023 mencatat 68,9 persen pengemudi ojek daring di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) bekerja 9-16 jam setiap hari (Tempo.co, 2023). Hal ini dilakukan karena penghasilan para pengemudi bergantung pada jumlah pesanan yang diselesaikan.

Para pengemudi juga dihadapkan dengan berbagai tantangan. Pertama, mitra pengemudi juga harus menanggung sendiri biaya operasional sehingga memengaruhi jumlah pendapatan. Hitungan rata-rata pengeluaran biaya operasional dalam sebulan sebesar Rp856.000. Jumlah ini terdiri dari biaya setoran sebesar Rp426.000, biaya pemeliharaan kendaraan Rp160.000, biaya pulsa Rp130.000, dan biaya lain-lain sebesar Rp140.000 (Kamim & Khandiq, 2019). Kedua, payung hukum minim terhadap layanan pengantaran dengan metode pembayaran di tempat (*cash on delivery*) (Al Kahfi & Wahjuningati, 2022). Ketiga, ojek daring merupakan pekerjaan yang rentan mengalami kecelakaan di jalan. Berdasarkan Katadata (2023), data Koordinator Lalu Lintas Polisi Republik Indonesia (Korlantas RI) menunjukkan 137.851 kasus kecelakaan lalu lintas tahun 2023 dan 70 persennya melibatkan kendaraan roda dua, termasuk ojek daring. Padahal, Organisasi Perburuhan Indonesia (ILO) menjelaskan bahwa kesehatan dan

keselamatan kerja menjadi aspek utama yang perlu diperhatikan karena menyangkut keberlangsungan hidup pekerja (Kemnaker RI & ILO, 2019).

Dengan tantangan-tantangan tersebut, para mitra ojek daring masih harus menanggung potongan biaya aplikasi yang terus meningkat setiap tahun. Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 667 Tahun 2022 mengatur tentang potongan tarif bagi pengemudi ojek daring (IDN Times, 2024). Saat ini, potongan tarif telah mencapai 20-30 persen. Oleh karena itu, para pengemudi hanya menerima pendapatan 70 persen dari setiap pesanan. Keputusan ini juga mengatur tentang tarif ojek daring yang terbagi atas beberapa wilayah dengan rincian berikut.

Zona pertama meliputi wilayah Sumatera, Jawa, Bali dengan tarif batas bawah Rp2.000 per kilometer, tarif batas atas Rp2.500 per kilometer, dan tarif minimal empat kilometer pertama kisaran Rp8.000 sampai dengan Rp10.000. Zona dua meliputi wilayah Jabodetabek dengan tarif batas bawah sebesar Rp2.550 per kilometer dan tarif batas atas sebesar Rp2.800 per kilometer. Kemudian, tarif minimal empat kilometer pertama mulai dari Rp10.200 hingga Rp11.200. Sementara itu, zona tiga meliputi wilayah Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, dan Maluku dengan tarif batas bawah Rp2.300 per kilometer, tarif batas atas Rp2.750 per kilometer. Tarif minimal empat kilometer pertama yaitu Rp9.200 sampai Rp11.000.

Potongan tarif ini juga membuat pendapatan mitra ojek terus mengalami penurunan. Setiap tahun, ribuan pengendara ojek daring telah menyuarakan tuntutan terkait permasalahan aplikasi dan tarif. Tempo.co (2018), menuliskan bahwa ribuan ojek daring melakukan aksi demo menuntut keadilan tarif di Istana Merdeka, Jakarta, pada 27 Maret 2018.

Melansir CNBC Indonesia (2020), para ojek daring yang terafiliasi dengan Gerakan Roda Dua (Garda) kembali melakukan demo di Balai Kota DKI Jakarta hingga Kementerian Perhubungan Republik Indonesia (Kemenhub RI) dengan tuntutan payung hukum legalitas ojek daring dan evaluasi tarif rendah. Liputan 6 (2022), memberitakan aksi unjuk rasa yang dilakukan pengendara ojek daring di

depan Gedung Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) dengan salah satu tuntutan, yaitu menuntut revisi potongan pendapatan mitra.

Pada 22 November 2023, pengemudi ojek daring menggelar aksi demonstrasi di depan Kantor Kementerian Perhubungan Republik Indonesia (Kemenhub RI) dengan tuntutan peninjauan ulang terkait kenaikan tarif (Katadata, 2023). Kemudian, Kompas.com (2024) menginformasikan bahwa ribuan pengemudi ojek daring dari berbagai layanan aplikasi kembali menggelar aksi demo pada 29 Agustus 2024. Tuntutan ini terus digaungkan lantaran status hukum ojek daring belum juga legal sehingga para mitra terus mendapat tekanan dari perusahaan aplikasi. Mitra ojek daring selalu mengeluhkan tarif layanan yang terlalu rendah dan tidak sebanding dengan besaran persentase potongan biaya aplikasi. Namun, tuntutan tersebut tidak juga berbuah hasil. Perusahaan memiliki hak penuh, sedangkan hak-hak mitra ojek daring dibungkam. Hal ini dikarenakan belum ada hukum yang mengatur tentang hubungan kemitraan.

Selain tarif, permasalahan ojek daring sejatinya tidak terlepas dari sistem algoritma aplikasi. Menurut Nurnaningsih & Permana (2018) algoritma merupakan rangkaian yang diurutkan untuk menyelesaikan masalah secara logis dan sistematis. Setiap perangkat ojek biasanya dipasangkan data *Global Positioning System* (GPS) untuk merekam pergerakan kendaraan yang terhubung dengan aplikasi (Sitorus et al., 2020). Setelah ditelusuri lebih lanjut, penulis menemukan sistem pemetaan (*routing*) pada layanan aplikasi *ojol*. Namun, sistem *routing* ini seringkali menyesatkan para pengemudi dengan mengarahkan pada rut-rute gang sempit. Masalah ini merugikan waktu pengemudi dan pemesan. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai cara kerja aplikasi *ojol*.

Berangkat dari permasalahan tersebut, penulis berencana membuat video *feature* yang menceritakan tentang keseharian para ojek daring yang bekerja di bawah kontrol sebuah sistem aplikasi. Apabila ditinjau dari karya terdahulu, Asumsi menjadi salah satu media nasional yang pernah mengangkat topik transportasi daring. Melalui video dokumenter berjudul "[\*Im Now Delivering 320\*](#)

*Parcels A Day: The Pressure of Amazon Delivery Targets*”, tim BBC News menceritakan tekanan pekerjaan kurir yang tidak manusiawi (BBC News, 2021). Selain itu, Pulitzer Center juga pernah membahas algoritma dalam aplikasi ojek daring yang dikemas menjadi sebuah artikel *long form* berjudul “*Grab Fares Surge Under Opaque Algorithm*” (Pulitzer Center, 2024).

Kedua karya terdahulu yang dipilih menjadi inspirasi penulis untuk membuat karya serupa. Penulis berencana mengadopsi bentuk format video jurnalistik dari BBC News yang mengangkat sisi humanisme dari kurir. Menurut Chandra et al. (2024), video *feature* merupakan jenis reportase mendalam dengan penceritaan yang lebih komprehensif terhadap topik yang diangkat.

Namun, penulis akan menggunakan pendekatan seperti BBC News dengan cara mengikuti keseharian ojek daring dari ruang privat hingga berkeliling mencari pesanan. Pendekatan subjek perlu dilakukan secara emosional sehingga narasumber lebih nyaman untuk bercerita dengan perbedaan sifat, latar belakang, dan pendidikan (Khoirunnisa & Relawati, 2023).

Walaupun demikian, karya-karya terdahulu belum banyak mengangkat tentang sistem aplikasi ojek daring, termasuk fitur-fitur layanan yang tersedia. Sebagian besar hanya melaporkan permasalahan mengenai tarif dan ketidakjelasan payung hukum bagi ojek daring. Oleh karena itu, sistem aplikasi *ojol* ini penting untuk diangkat sehingga masyarakat juga dapat mengerti alasan utama di balik keterlambatan pengantaran pesanan.

Ruang lingkup aplikasi yang akan penulis dalami adalah Gojek. Adapun pertimbangan pemilihan aplikasi ini didasarkan pada fakta bahwa Gojek merupakan aplikasi karya anak bangsa. Selain itu, Gojek memiliki ekosistem layanan yang luas dan memiliki jumlah pengguna yang signifikan di Indonesia. Maka dari itu, analisis lebih mendalam pada aplikasi ini dinilai relevan. Idealnya, aplikasi karya anak bangsa diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan pada mitra pengemudi. Namun, kenyataannya, Gojek acapkali disorot karena dianggap melakukan eksploitasi terhadap pendapatan mitra melalui sejumlah kebijakan yang dinilai tidak transparan dan cenderung merugikan. Salah satunya

adalah ketidaksesuaian jumlah harga yang dibayarkan oleh pelanggan dengan pendapatan yang diterima mitra.

Selanjutnya, munculnya sistem slot yang diterapkan dalam platform. Dalam konteks ojek daring, istilah '*slot*' umumnya merujuk pada kuota atau jumlah peluang penerimaan pesanan yang telah ditentukan oleh sistem aplikasi dalam batasan jarak dan waktu tertentu. Kehadiran sistem ini secara tidak langsung berdampak pada penurunan pendapatan mitra pengemudi, mengingat setiap pesanan yang diterima hanya berkisar Rp6.000 hingga Rp8.000. Dengan begitu, para mitra tidak memiliki keleluasaan untuk mengambil pesanan secara optimal, sehingga akumulasi penghasilan harian pun semakin terbatas.

Masalah lain yang juga kerap terjadi dalam ekosistem ojek daring adalah diskriminasi gender. Pengemudi perempuan seringkali mengalami pembatalan pesanan (*cancel order*) secara sepihak oleh pengguna. Untuk merespons isu ini, pihak Gojek menyediakan program #AmanBersamaGojek, termasuk penyediaan zona aman sebagai tempat menunggu bagi pengemudi perempuan. Meskipun demikian, upaya tersebut dinilai masih bersifat simbolik dan belum menyentuh akar permasalahan yang lebih mendasar, yakni diskriminasi berbasis gender dalam sistem kerja aplikasi ojek daring. Alih-alih mengelola distribusi pesanan secara adil bagi pengemudi perempuan, perusahaan justru lebih berfokus pada pengembangan sistem. Seluruh persoalan ini menunjukkan bahwa aplikasi ojek daring, seperti Gojek, masih belum sepenuhnya responsif terhadap kesejahteraan mitranya, baik dari sisi ekonomi, maupun aspek keadilan sosial.

Hal serupa juga terjadi pada platform ojek daring lainnya, seperti Grab. Grab, yang juga menjadi salah satu pesaing utama Gojek di pasar Indonesia, menunjukkan pola perlakuan yang hampir serupa terhadap mitra pengemudi. Meskipun kedua aplikasi ini mengklaim memiliki kebijakan yang mendukung kesejahteraan mitra, kenyataannya, banyak pengemudi yang merasa hanya dieksploitasi. Keterbatasan penghasilan yang diterima oleh pengemudi pada setiap pesanan, ditambah dengan kebijakan yang cenderung menguntungkan platform, memperlihatkan bahwa Gojek

dan Grab lebih mengutamakan keuntungan perusahaan, daripada kesejahteraan mitra pengemudi.

Berdasarkan data dan pernyataan tersebut, penulis bermaksud membuat video *feature* berjudul “Ojol Ditolong, Ditodong Aplikasi” untuk mewakili suara para pengemudi ojek daring yang resah terjebak dalam sebuah sistem algoritma yang mengatur aplikasi.

Penulis memilih video *feature* sebagai luaran karya dengan mempertimbangkan nilai berita aktualitas (*timeliness*), kemanusiaan (*human interest*), dampak (*impact*), dan kedekatan (*proximity*). Karya ini menyoroti isu ketidakadilan yang didapatkan pengemudi ojek daring dalam menjalankan pekerjaannya. Audio visual yang disajikan oleh video *feature* juga menjadi salah satu kelebihan untuk menyampaikan pesan kepada penonton agar dapat mengundang empati secara mendalam.

Dalam menentukan format penyajian karya jurnalistik ini, penulis memilih video *feature* sebagai bentuk yang paling sesuai dibandingkan dengan dokumenter. Pilihan ini dilandaskan pada perbedaan konseptual yang signifikan antara video *feature* dan dokumenter sebagaimana dijelaskan oleh Jiayuan (2024) dalam jurnal *Blurring the Lines: Feature News Video and Documentaries in a New Digital Age*. Jiayuan menyatakan bahwa secara historis, video *feature* dan dokumenter merupakan dua bentuk media yang berbeda dari segi pendekatan naratif dan gaya penyampaian cerita. Menurut Jiayuan (2024), video *feature* ditujukan untuk menyampaikan informasi aktual dengan fokus isu-isu sosial yang dituturkan melalui narasi personal atau pendekatan *human interest*. Format ini memungkinkan jurnalis untuk menghubungkan audiens dengan realitas sosial secara empatik, sembari tetap berpegang pada prinsip objektivitas jurnalistik (Jiayuan, 2024, p.70-72).

Sementara itu, dokumenter umumnya bersifat interpretatif, tidak terbatas pada aktualitas, dan sering kali menggunakan teknik sinematik dalam pengambilan gambar untuk mengonstruksi makna melalui simbolisme visual atau narasi (Jiayuan, 2024, p.71-73). Dalam konteks karya ini, pendekatan yang digunakan bukan bertujuan membangun eksplorasi tematik kompleks sebagaimana dalam dokumenter, melainkan menyampaikan satu isu aktual secara fokus, yakni

ketidaktransparanan aplikasi ojek daring melalui pengalaman langsung para pengemudi sebagai narasumber utama. Selain itu, gaya visual dan struktur narasi yang digunakan dalam karya ini bersifat sederhana, padat, dan diarahkan pada pemahaman publik secara empatik, yang merupakan karakter utama dari video *feature*. Jiayuan (2024) juga menegaskan bahwa meskipun terdapat konvergensi gaya antara *feature* dan dokumenter di era digital, perbedaan mendasarnya tetap terletak pada ruang eksplorasi dan intensi penceritaan. Video *feature* tidak sepenuhnya bersifat sinematik seperti dokumenter.

*“Unlike feature news videos, documentaries leverage artistic and creative audiovisual expressions to narrate and illuminate themes, enhancing storytelling and evoking deeper emotional and aesthetic responses from audiences,”* (Jiayuan, 2024, p. 71).

Sedangkan, video *feature* memiliki batasan segi estetika karena terikat pada etika jurnalistik dan berorientasi menyampaikan fakta secara langsung gaya penyajian audio visual yang lebih informatif (Jiayuan, 2024).

Oleh karena itu, berdasarkan karakter karya serta merujuk pada landasan teoretis tersebut, penulis menyatakan bahwa karya ini lebih tepat disebut sebagai video *feature* daripada dokumenter. Melalui karya ini, penulis berharap para mitra ojek daring mendapat perhatian khusus dari pemerintah dan pihak perusahaan penyedia layanan transportasi. Penulis ingin mengajak masyarakat untuk mengetahui permasalahan ojek daring melalui visualisasi yang padat. Karya ini diharapkan dapat menumbuhkan kepedulian masyarakat untuk turut memperjuangkan keadilan bagi para pengemudi ojek daring. Selain itu, karya ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru kepada pemerintah tentang adanya ketidaktransparanan dari pihak aplikasi kepada mitra ojek daring dalam skema pentarifan. Dengan demikian, karya ini penting untuk diproduksi dan disebarluaskan kepada khalayak.

## 1.2 Tujuan Karya

Karya video feature ini bertujuan sebagai berikut.

- 1) Menghasilkan video feature yang mengandung unsur audio visual dengan dilengkapi narasi dan infografis.
- 2) Menjadi acuan dalam pembuatan kebijakan demi memperjuangkan hak-hak pengemudi ojek daring.
- 3) Memproduksi karya jurnalistik dengan target publikasi media massa, yaitu Watchdog Documentary.

## 1.3 Kegunaan Karya

Pembuatan karya ini berlandaskan pada nilai-nilai jurnalisme dengan menerapkan prinsip dan kode etik jurnalistik. Berdasarkan tujuan karya di atas, karya ini berguna mulai dari segi praktis, hingga segi sosial, dan akademis.

- 1) Karya ini bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melawan ketidakadilan dan eksploitasi pendapatan pengemudi ojek daring.
- 2) Mendukung fungsi media sebagai pengawas independen “*watchdog*”.
- 3) Menerapkan ilmu jurnalistik kemanusiaan dalam pembuatan video feature.

