

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GRAFIK	v
GLOSARIUM.....	vi
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Latar Masalah	1
1.1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.1.3. Tujuan Penelitian	18
1.1.4. Manfaat Penelitian	18
1.1.5. Pembatasan Waktu Penelitian.....	19
1.2. Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori.....	19
1.2.1. Tinjauan Pustaka.....	19
1.2.2. Landasan Teori	29
1.3. Metodologi Penelitian	63
1.3.1. Paradigma Penelitian	63
1.3.2. Pendekatan dan Metode Penelitian	64
1.3.3. Sumber Data Penelitian	65
1.3.4. Teknik Pengambilan, Analisis, dan Penyajian Data	73
1.3.5. Sistematika Penulisan Disertasi	74
BAB II BISNIS <i>RIDE-HAILING</i> SEBAGAI KERJA DIGITAL BERBASIS PLATFORM	75
2.1. Dinamika Kerja Digital dan Pekerja Digital	75
2.2. Aplikasi Gojek sebagai Manifestasi Kerja Digital Berbasis Platform	82

2.3.	Pasar <i>Ride-hailing</i> Indonesia.....	93
2.4.	Catatan Penutup.....	98
BAB III HEGEMONI PLATFORM DIGITAL GOJEK.....		100
3.1.	<i>Common Sense</i> pada Platform Gojek.....	101
3.1.1.	Sistem “Kemitraan” Semu (<i>Pseudo-partnership</i>).....	101
3.1.2.	Sistem Kerja Gamifikasi	114
3.1.3.	Kuasa Algoritma	123
3.1.4.	Seragam sebagai <i>Corporate Identity</i>	124
3.1.5.	Nilai-nilai Korporasi	127
3.1.6.	Program <i>Awards</i> “Mitra” Pengemudi Gojek	130
3.1.7.	Program Kopi Darat sebagai Pengukuh Hegemoni	136
3.1.8.	Ideologi Nasionalisme melalui Jargon “Karya Anak Bangsa”	138
3.2.	Intelektual Platform Gojek	144
3.2.1.	Elite Teknologi Platform Gojek.....	145
3.2.2.	Divisi <i>Marketing</i> Korporasi	149
3.2.3.	Satuan Tugas (Satgas) Gojek: <i>The Watch Dog</i>	155
3.2.4.	Komunitas “Mitra” Pengemudi Gojek.....	160
3.2.5.	“Mitra” Pengemudi <i>Influencer</i>	173
3.3.	Aparatus Hegemonik Platform Gojek	183
3.3.1.	Media Massa dan Media Sosial	183
3.3.2.	Lembaga Penelitian.....	187
3.3.3.	Lembaga Pemerintah	194
3.4.	Catatan Penutup.....	195
BAB IV KONTRA HEGEMONI “MITRA” PENGEMUDI GOJEK		197
4.1.	Demonstrasi: Resistensi yang Tak Pernah Militan.....	201
4.2.	Boikot: Serpihan yang Terserak	214
4.3.	<i>Application Modifications (App Mod)</i> sebagai Siasat Tandingan Sistem Kerja Platform	228
4.4.	Multiaplikator: Upaya Mendulang Order.....	233
BAB V AGENSI DI BALIK <i>THE VORTEX OF POWER</i>		239
5.1.	Gojek sebagai Kapitalis Digital.....	241



5.2.	Hubungan Patron-Klien Pemerintah dan Platform.....	247
5.3.	Masyarakat Digital Indonesia sebagai Subjek-subjek Algoritmik	253
5.4.	Agensi <i>Cyber-proletariat</i> di Balik Belenggu <i>The Vortex of Power</i>	263
5.5.	Catatan Penutup.....	266
BAB VI SIMPULAN, IMPLIKASI TEORETIS, DAN REKOMENDASI.....		268
6.1.	Simpulan.....	268
6.2.	Implikasi Teoretis	273
6.3.	Rekomendasi	275
PUSTAKA ACUAN.....		277