

ABSTRAK

Neoliberalisme mereorientasi pendidikan tinggi terhadap pasar global, beralih ke penyediaan layanan, penelitian, dan tenaga kerja ke sektor industri ekonomi, sehingga menjadikan mahasiswa berperan sebagai konsumen yang harus berkompetisi secara mandiri. Karakteristik neoliberalisme yang lekat dengan otonomi, individualisme, dan privatisasi menuntut pemuda sebagai subjek neoliberal untuk menentukan secara mandiri pilihan-pilihan hidupnya sekaligus bertanggung jawab terhadap dirinya dalam kaitannya dengan kompetisi yang diciptakan di pendidikan tinggi dan pasar kerja. Karakteristik tersebut kemudian menempatkan individu sebagai subjek tunggal di tengah gempuran dampak neoliberal yang mendorong individu untuk memiliki strategi dalam bernegosiasi terhadap sistem yang berlaku. Oleh karena itu, skripsi ini mengeksplorasi pengalaman mahasiswa tingkat akhir dan lulusan baru dalam menghadapi bentuk ideal dari subjek neoliberal yang diprakirakan, dikonstruksi, dan dialami melalui pengalaman dan pilihan yang diambilnya di pendidikan tinggi.

Neoliberalisme berjalan seiringan dengan kapitalisme digital di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menuntut para pemuda turut menegosiasikan diri terhadap sistem yang diatur melalui algoritma yang diperlakukan sebagai pasar baru untuk melakukan aktivitas transaksional yang menempatkan informasi individu sebagai produk, difasilitasi oleh berbagai platform. Kapitalisme digital turut mendorong pemuda untuk melakukan promosi diri sebagai salah satu strategi untuk terlihat lebih menonjol daripada kompetitornya dengan melakukan *self-branding* atau pembentukan merek diri yang berisi penguatan terhadap identitas, kekuatan, persona, serta pengalamannya yang dikemas sesuai dengan pasar. Oleh karena itu, pemuda secara sadar turut melakukan kerja imaterial yang dipromosikan oleh kapitalisme digital, melakukan pekerjaan tak berbayar untuk terus memperbarui dan memperbaiki diri dengan maksud untuk meningkatkan ‘daya jual’ diri di pasar kerja.

Kata kunci: neoliberalisme, kapitalisme digital, subjek neoliberal, *self-branding*, negosiasi, pendidikan tinggi, pasar kerja, individualisasi.

ABSTRACT

Neoliberalism reoriented higher education towards the global market, transforming into providing services, research and labor to the industrial sector of the economy, thus making students act as consumers who must compete independently. The characteristics of neoliberalism which are closely related to autonomy, individualism and privatization require young people as neoliberal subjects to independently determine their life choices while being responsible for themselves in relation to the competition created in higher education and the job market. These characteristics then place individuals as single subjects amidst the onslaught of neoliberal impacts which encourage individuals to have strategies in negotiating the prevailing system. Therefore, this thesis explores the experiences of final year students and new graduates in facing the ideal form of the neoliberal subject which is predicted, constructed and experienced through the experiences and choices they make in higher education.

Neoliberalism goes hand in hand with digital capitalism amidst the development of information and communication technology which requires young people to participate in negotiating themselves against a system regulated through algorithms which is treated as a new market for carrying out transactional activities that place individual information as products, facilitated by various platforms. Digital capitalism also encourages young people to carry out self-promotion as a strategy to stand out more than their competitors by carrying out self-branding or forming a self-brand that contains strengthening their identity, strengths, persona and experiences which are packaged according to the market. Therefore, young people consciously participate in the immaterial work promoted by digital capitalism, doing unpaid work to continuously renew and improve themselves with the aim of increasing their 'marketability' in the job market.

Keywords: neoliberalism, digital capitalism, neoliberal subject, self-branding, negotiation, higher education, labor market.