UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Representasi Baru Pengemudi Ojek Online: Studi Kasus Media Sosial Tiktok
Jonathan Probo Bawono, Dr. Elan Ardri Lazuardi, S. Ant., M. A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Perkembangan ekonomi gig di Indonesia telah menciptakan sektor pekerjaan informal seperti pengemudi ojek *online* yang memberikan fleksibilitas waktu kerja, meskipun juga menghadirkan kerentanan berupa sistem gamifikasi, status kemitraan yang semu, serta pendapatan yang tidak pasti. Di tengah kondisi tersebut, sebagian pengemudi mulai memanfaatkan media sosial sebagai ruang tambahan untuk membangun pengaruh dan memperoleh penghasilan, sehingga mendorong transformasi identitas dari sekadar penyedia jasa transportasi menjadi kreator konten. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengemudi ojek *online* memanfaatkan media sosial sebagai ruang kerja baru serta bagaimana aktivitas tersebut merepresentasikan identitas baru mereka di ruang digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi digital dan dokumentasi terhadap dua akun Tiktok, yaitu @mzojol dari Jakarta dan @bligojek_bali dari Bali, yang diunggah pada Februari–April 2026. Data dianalisis serta dibaca melalui pendekatan konstruksionis Stuart Hall.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang solidaritas sekaligus ruang ekonomi alternatif bagi pengemudi ojek *online*. Akun @mzojol membangun representasi kolektif yang menyuarakan solidaritas dan keresahan sesama pengemudi, sementara @bligojek_bali membangun representasi personal melalui kedekatan dengan wisatawan asing, yang juga membuka celah bagi objektifikasi di ruang komentar. Pada akhirnya, transformasi pengemudi ojek *online* menjadi kreator konten merupakan bentuk negosiasi antara keterbatasan struktural ekonomi gig dan kreativitas individu dalam bertahan hidup di era digital.

Kata kunci: ojek *online*, kreator konten, media sosial, representasi, ekonomi gig

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Representasi Baru Pengemudi Ojek Online: Studi Kasus Media Sosial Tiktok
Jonathan Probo Bawono, Dr. Elan Ardri Lazuardi, S. Ant., M. A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

The development of the gig economy in Indonesia has created a sector of informal employment, such as online motorcycle taxi (*ojek online*) drivers, offering flexible working hours while simultaneously exposing workers to vulnerabilities, including gamified work systems, pseudo-partnership employment status, and unstable income. Amid these conditions, some drivers have begun utilizing social media as an additional workspace to build influence and generate income, leading to a transformation of their identity from merely transportation service providers to content creators. This study aims to examine how online motorcycle taxi drivers utilize social media as a new workspace and how these activities represent their emerging identities in the digital sphere.

This study employs a qualitative descriptive approach using digital observation and documentation methods. The research focuses on two TikTok accounts, @mzojol from Jakarta and @bligojek_bali from Bali, with content uploaded between February and April 2026. The data were analyzed and interpreted through Stuart Hall's constructionist approach to representation.

The findings reveal that social media functions not only as a space for solidarity but also as an alternative economic arena for online motorcycle taxi drivers. The @mzojol account constructs a collective representation by expressing solidarity and shared concerns among fellow drivers, while @bligojek_bali develops a personal representation through interactions with foreign tourists, which simultaneously creates opportunities for objectification within the comment section. Ultimately, the transformation of online motorcycle taxi drivers into content creators represents a form of negotiation between the structural constraints of the gig economy and individual creativity as a strategy for sustaining livelihoods in the digital era.

Keywords: online motorcycle taxi drivers, content creators, social media, representation, gig econo.