

Studi ekonomi politik dalam komodifikasi pekerja media televisi Indonesia: studi kasus MNC Media = The study of political economy in the commodification of television media workers in Indonesia: case studies onf MNC Media

Nadya Valerie Shanaz, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525437&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berusaha menjelaskan terjadinya komodifikasi pekerja media (jurnalis) dalam industri media massa televisi dengan studi kasus pada grup media MNC. Peneliti mengembangkan kerangka pemikiran dari teori ekonomi politik komunikasi, dengan menggunakan konsep utama komodifikasi. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam perkembangan MNC Media menjadi stasiun televisi terintegrasi terbesar di Asia Tenggara, telah terjadi praktik komodifikasi para pekerjanya. Spasialisasi yang dilakukan MNC Media melalui integrasi empat stasiun televisi swasta menyebabkan para jurnalis mengalami komodifikasi. Pekerja media telah ditransformasikan menjadi komoditas utama dalam industri media massa sebagai alat untuk mengakumulasi modal kapital. Industri media massa yang erat kaitannya dengan kapitalisme menerapkan struktur yang menguntungkan pemodal semata kepada pekerjanya melalui waktu kerja yang tidak menentu, pemberian upah minimum, serta struktur eksploitatif lainnya seperti pengulangan kontrak kerja. Para pekerja media ini kemudian menerima komodifikasi baik secara sadar maupun tidak sadar melalui eksploitasi, alienasi, mistifikasi, reifikasi, dan naturalisasi. Kekuasaan yang berpusat pada pemilik modal membuat proses komodifikasi dapat dengan mudah dilakukan terhadap pekerja media, sementara mereka menerima bentuk komodifikasi tersebut sebagai suatu kewajiban atas profesinya.

.....This study seeks to reveal the commodification of media workers (journalists) in the television mass media industry with a case study on the MNC media group. The researcher develops a framework of thought from the political economy theory of communication, using the main concept of commodification. This study uses a critical paradigm with a qualitative approach and case study method. This research reveals that in the development of MNC Media into the largest integrated television station in Southeast Asia, there has been a practice of commodification of its workers. The spatialization carried out by MNC Media through the integration of four private television stations has caused journalists to experience commodification. Media workers have been transformed into a major commodity in the mass media industry as a means to accumulate capital. The mass media industry, which is closely related to capitalism, applies a structure that benefits investors only through erratic working hours, the provision of minimum wages, and other exploitative structures such as the repetition of work contracts. These media workers then receive commodification both consciously and unconsciously through exploitation, alienation, mystification, reification, and naturalization. The power that is centered on the owners of capital makes the process of commodification easy for media workers, while they accept this form of commodification as a natural thing for their profession.