

Abstract

This research seeks to analyze the spatialization practices carried out by large media groups and investigate its implications for the commodification of media workers, which in this case focuses on reporters and camera people under MNC Media's news gathering division. The theory used is the theory of media political economy, with the concept of spatialization as the main gate for the formation of commodification of media workers and also Foucault's power relations as an analytical instrument that intersects with the Hierarchy of Influences theory. This research uses a critical paradigm, with a qualitative approach through a critical case study. This research was conducted with indepth interviews with 7 informants. The results of the research reveal that spatialization shows the dominance of conglomeration over the media ecosystem. Then this research also produces spatialization categorization based on the integration process, namely open, closed and hidden. The application of spatialization results in the commodification of reporters and cameramen with double duties, uncertain work contracts, minimal wages and demands for adaptation. This commodification is evidence of the exploitation of media workers produced through labor exploitation, psychological exploitation, economic exploitation and exploitation of abilities.

Keywords: *Political economy of the media; media spatialization; news gathering commodification; media conglomerate; Mnc Media*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Abstrak

Penelitian ini berusaha menganalisis praktik spasialisasi yang dilakukan oleh grup media besar dan menginvestigasi implikasinya terhadap komodifikasi pekerja media, yang dalam hal ini fokusnya pada reporter dan *camera person* dibawah divisi *news gathering* MNC Media. Teori yang digunakan adalah teori ekonomi politik media, dengan konsep spasialisasi sebagai gerbang utama terbentuknya komodifikasi pekerja media dan juga relasi kuasa dari Foucault sebagai instrument analisisnya yang beririsan juga dengan teori *Hierarchy of Influences*. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis, dengan pendekatan kualitatif melalui studi kasus kritis. Penelitian ini dilakukan dengan indepth interview terhadap 7 informan. Hasil dari penelitian mengungkap bahwa spasialisasi menunjukkan dominasi konglomerasi terhadap ekosistem media. Kemudian penelitian ini juga menghasilkan kategorisasi spasialisasi berdasarkan proses integrasi yakni secara terbuka, tertutup dan tersembunyi. Dalam penerapan spasialisasi menghasilkan komodifikasi terhadap reporter dan juru kamera dengan adanya tugas ganda, kontrak kerja yang tidak pasti, upah minim dan tuntutan adaptasi. Komodifikasi ini menjadi bukti adanya eksploitasi terhadap pekerja media yang dihasilkan melalui eksploitasi tenaga, eksploitasi psikologis, eksploitasi ekonomi dan eksploitasi kemampuan.

Kata Kunci: Ekonomi politik media; spasialisasi media; komodifikasi *news gathering*; konglomerasi media; Mnc Media

