

Komodifikasi Pekerja Media dalam Industri Rumah Produksi: Studi pada Skyrock Entertainment Jakarta

The Commodification of Media Workers in the Production House Industry: A Study of Skyrock Entertainment Jakarta

Fredriek Hardeman Banggu Radja¹, Sunarto²

^{1,2}. Universitas Diponegoro, Indonesia

^{1,2}Jl. Erlangga Barat VII No. 33 Semarang 50241, Indonesia

Email: ¹hardemanradja19@gmail.com

Received : September 2, 2025 ; Revised: December 22, 2025; Accepted: February 10, 2026

Abstrak

Penelitian ini mengkaji praktik komodifikasi pekerja media dalam industri rumah produksi dengan studi pada Skyrock Entertainment di Jakarta. Penelitian ini berangkat dari pertanyaan mengenai bagaimana praktik komodifikasi pekerja media terjadi dalam proses produksi konten hiburan serta bagaimana kondisi tersebut memengaruhi pengalaman kerja pekerja media di lingkungan rumah produksi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus melalui wawancara mendalam dengan informan yang terlibat langsung dalam aktivitas produksi serta observasi terhadap dinamika kerja di lingkungan produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pekerja media di Skyrock Entertainment mengalami bentuk komodifikasi pekerja yang cukup intensif. Kondisi ini ditandai dengan durasi kerja yang panjang, ketidakjelasan kompensasi lembur, serta tekanan produksi yang tinggi. Situasi tersebut berdampak pada kelelahan fisik, ketidakstabilan ritme kerja, dan meningkatnya tekanan kerja bagi pekerja media. Temuan penelitian dianalisis menggunakan konsep komodifikasi yang dikemukakan oleh Mosco khususnya komodifikasi pekerja dalam industri media. Penelitian ini menunjukkan bahwa tenaga, waktu, dan kreativitas pekerja media menjadi bagian dari mekanisme produksi nilai ekonomi dalam industri rumah produksi. Secara teoritis penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian komodifikasi pekerja media dengan menghadirkan gambaran empiris mengenai dinamika kerja pekerja media dalam industri produksi konten hiburan di Indonesia.

Kata kunci: Industri Rumah Produksi; Komodifikasi Pekerja; Pekerja Media; Produksi Konten Hiburan; Relasi Kerja

Abstract

This study examines the commodification of media workers in the production house industry, focusing on Skyrock Entertainment in Jakarta. The study begins with the question of how the commodification of media workers occurs in the entertainment content production process and how these conditions influence the work experiences of media workers in the production house environment. The study employed a qualitative approach with a case study design, using in-depth interviews with informants directly involved in production activities and observations of work dynamics within the production

environment. The results indicate that media workers at Skyrock Entertainment experience a fairly intense form of commodification. This condition is characterized by long working hours, unclear overtime compensation, and high production pressure. This situation results in physical exhaustion, unstable work rhythms, and increased work pressure for media workers. The research findings are analyzed using Mosco's concept of commodification, specifically the commodification of workers in the media industry. This study demonstrates that media workers' energy, time, and creativity are part of the mechanism of economic value production in the production house industry. Theoretically this study contributes to enriching the study of media worker commodification by presenting an empirical overview of the work dynamics of media workers in the entertainment content production industry in Indonesia.

Keywords: *Commodification of Workers; Entertainment Content Production; Media Workers; Production House Industry; Work Relations*

1. Pendahuluan

Industri media dan hiburan di Indonesia telah mengalami transformasi yang sangat signifikan seiring dengan perkembangan teknologi digital dan pergeseran pola konsumsi audiens yang semakin dinamis fenomena ini tidak hanya mengubah cara konten diproduksi dan didistribusikan tetapi juga secara fundamental merestrukturisasi hubungan kerja di dalamnya, menciptakan sebuah ekosistem yang menuntut kecepatan produksi luar biasa tinggi. Sejak awal abad ke-20 inovasi teknologi telah mendorong industri ini menjadi salah satu pilar ekonomi utama namun di balik layar kaca dan konten digital yang dinikmati jutaan penonton terdapat realitas buruh media yang sering kali terabaikan dalam diskursus publik. (Jones, 2020)

Production House (PH) atau rumah produksi memegang peranan penting dalam industri media sebagai pemasok utama konten bagi stasiun televisi dan berbagai platform digital. Dalam ekosistem industri media kontemporer rumah produksi tidak hanya berfungsi sebagai institusi kreatif yang menghasilkan program hiburan tetapi juga sebagai organisasi kerja yang mengelola proses produksi konten mulai dari tahap perencanaan,

produksi, hingga distribusi kepada audiens (Deuze, 2007). Posisi strategis ini membuat rumah produksi berada dalam tekanan produksi yang tinggi karena harus memenuhi tuntutan pasar media yang menuntut kecepatan produksi, kontinuitas program, serta efisiensi biaya. Dalam industri kreatif kondisi tersebut sering kali berdampak langsung pada pola kerja para pekerja media yang terlibat dalam proses produksi konten (Hesmondhalgh & Baker, 2011).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pekerja media dalam industri kreatif kerap menghadapi kondisi kerja yang tidak stabil, jam kerja panjang, serta tekanan produksi yang intens akibat tuntutan industri untuk menghasilkan konten secara berkelanjutan (Banks, Gill, & Taylor, 2013). Fenomena serupa juga dapat ditemukan dalam praktik kerja di rumah produksi di Indonesia dimana berdasarkan observasi awal penelitian ini pekerja media di rumah produksi seperti Skyrock Entertainment di Jakarta sering kali dihadapkan pada ritme kerja yang sangat tinggi dengan durasi kerja yang melampaui batas

waktu kerja normal. Dalam beberapa situasi pekerja harus bekerja lebih dari dua belas jam sehari untuk memenuhi tenggat produksi program hiburan. Kondisi tersebut sering terjadi dalam pola produksi program harian yang dalam industri televisi dikenal sebagai *stripping* yaitu dimana sistem produksi dengan ritme kerja intensif karena program harus diproduksi dan ditayangkan setiap hari dan pola kerja seperti ini menunjukkan adanya tekanan struktural dalam proses produksi media yang berpotensi memengaruhi kondisi kerja serta kesejahteraan pekerja media di industri rumah produksi (Mosco, 2009).

Pekerja di Skyrock Entertainment menjadi contoh nyata bagaimana manusia direduksi menjadi sekadar alat produksi dalam mesin besar industri hiburan. Kondisi faktual yang terjadi di lapangan tersebut sangat bertentangan dengan tataran normatif yang diamanatkan oleh hukum positif di Indonesia. UU No.13 pasal 77 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan secara tegas mengatur bahwa waktu kerja adalah 7 jam 1 hari dan 40 jam 1 minggu untuk 6 hari kerja, atau 8 jam 1 hari dan 40 jam 1 minggu untuk 5 hari kerja. Pasal 78 mengatur secara rinci tentang ketentuan lembur yang mengharuskan adanya persetujuan pekerja dan pembayaran upah lembur yang jelas perhitungannya. Meskipun terdapat perubahan regulasi melalui Undang-Undang Cipta Kerja, prinsip dasar perlindungan hak pekerja terkait batasan waktu kerja, waktu istirahat, dan keselamatan kerja tetap menjadi kewajiban pemberi kerja. Namun realitas di industri media sering kali mengangangi aturan-

aturan ini dengan dalih "fleksibilitas" industri kreatif atau tuntutan kejar tayang yang dianggap sebagai karakteristik unik industri ini yang tidak bisa disamakan dengan industri manufaktur. Kesenjangan yang menganga antara hukum yang berlaku dan praktik eksploitatif di lapangan inilah yang menjadi landasan kegelisahan akademik utama dalam penelitian ini.

Untuk membedah fenomena eksploitasi yang terselubung ini penelitian ini menggunakan konsep komodifikasi yang dikemukakan oleh Vincent Mosco sebagai kerangka analisis untuk memahami dinamika kerja dalam industri media. Dalam perspektif ekonomi politik komunikasi media tidak hanya dipahami sebagai institusi budaya yang memproduksi dan menyebarkan informasi tetapi juga sebagai institusi ekonomi yang beroperasi dalam logika pasar dan akumulasi modal. Mosco menjelaskan bahwa komodifikasi merupakan proses ketika sesuatu yang awalnya memiliki nilai guna (*use value*) diubah menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar (*exchange value*) di pasar. Dalam industri media proses komodifikasi dapat terjadi pada konten, audiens maupun pekerja. Penelitian ini secara khusus memfokuskan analisis pada komodifikasi pekerja media dalam proses produksi konten hiburan (Mosco,2009). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana struktur industri membentuk perilaku individu dan bagaimana relasi kuasa bekerja dalam menentukan nasib pekerja. Selain itu penelitian ini juga mengajukan premis bahwa di era

digital eksploitasi terhadap pekerja tidak berkurang melainkan bertransformasi menjadi bentuk yang lebih halus namun intensif di mana teknologi komunikasi justru memperpanjang rantai kontrol majikan hingga ke ruang privat pekerja. Penelitian terdahulu telah banyak menyoroti isu ketenagakerjaan di media, namun masih terdapat ruang kosong yang perlu diisi dengan studi yang lebih spesifik.

Sudarsono dalam penelitiannya tentang "Komodifikasi Pekerja Media Dalam Industri Hiburan Televisi" (Sudarsono, 2018) menyoroti bagaimana pekerja diintegrasikan dalam logika rating, dengan studi kasus pada program *Family 100*. Sudarsono menekankan pada tiga tahapan komodifikasi yakni pemisahan konsep dan eksekusi, serta pemusatan kekuatan, namun fokusnya lebih pada program kuis televisi. Di sisi lain Maulana dan Astagini meneliti "Komodifikasi Pekerja Media: Studi Pada Reporter Olahraga di Stasiun Televisi X" (Maulana & Astagini, 2021). Mereka menemukan fenomena kesadaran palsu di mana reporter merasa bekerja sesuai *passion* meskipun upahnya tidak layak. Penelitian tersebut sangat relevan, namun mayoritas fokus pada pekerja di stasiun televisi (*broadcasting station*) yang memiliki struktur kepegawaian relatif lebih jelas dibandingkan rumah produksi. Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, ditemukan *gap* penelitian yang signifikan terkait dinamika kerja spesifik di *Production House* (PH). Berbeda dengan stasiun televisi yang memiliki struktur korporasi yang lebih birokratis dan mapan, PH sering

kali bekerja dengan sistem proyek yang lebih cair, tempo kerja yang lebih cepat, dan ketergantungan tinggi pada kontrak jangka pendek atau *freelance*. Skyrock Entertainment, sebagai salah satu PH terkemuka dan penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji pekerja media di stasiun televisi sementara dinamika kerja pekerja media di rumah produksi masih relatif terbatas mendapat perhatian penelitian sehingga penelitian ini difokuskan pada bagaimana *Production House* di era digital melakukan komodifikasi pekerjaannya dengan memanfaatkan alibi "kreativitas" dan "bekerja dengan artis" sebagai alat untuk menaturalisasi eksploitasi.

Penelitian ini mendeskripsikan tentang mekanisme eksploitasi di level rumah produksi yang merupakan tulang punggung pasokan konten nasional. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada pertanyaan bagaimana proses komodifikasi pekerja media berlangsung secara sistematis di Skyrock Entertainment dan bagaimana dampaknya terhadap dimensi kehidupan pekerja, baik secara fisik maupun psikologis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk-bentuk praktik komodifikasi tenaga kerja yang terjadi, mengidentifikasi strategi manajemen dalam melanggengkan praktik tersebut melalui mekanisme hegemoni budaya kerja, serta mengevaluasi dampaknya terhadap kesejahteraan pekerja. Penelitian ini juga bertujuan memberikan kritik teoretis terhadap konsep "kerja kreatif" yang sering

disalahartikan sebagai justifikasi untuk kondisi kerja yang buruk, serta menawarkan perspektif baru dalam kajian ekonomi politik media di Indonesia.

2. Kerangka Teori

Penelitian ini dibangun di atas fondasi teori Ekonomi Politik Komunikasi yang kuat yang menempatkan analisis struktur ekonomi, kepemilikan media, dan relasi kerja sebagai pusat pemahaman terhadap fenomena komunikasi. Teori ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk membedah bagaimana kekuatan modal mendikte praktik profesionalisme dan kesejahteraan pekerja, serta bagaimana nilai-nilai ekonomi sering kali mengalahkan nilai-nilai kemanusiaan dalam proses produksi budaya. Pemikiran Vincent Mosco dalam bukunya *The Political Economy of Communication* menjelaskan pendekatan ekonomi politik komunikasi untuk memahami hubungan antara media, kekuasaan ekonomi, dan proses produksi komunikasi.

Mosco mengemukakan tiga konsep analitis utama yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi (Mosco, 2009). Fokus utama penelitian ini adalah pada pilar Komodifikasi yang didefinisikan sebagai proses transformasi barang, jasa, ide, dan manusia yang awalnya memiliki nilai guna (*use value*) menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar (*exchange value*) di pasar. Mosco menjelaskan bahwa dalam industri media terjadi proses komodifikasi yang meliputi komodifikasi konten, komodifikasi audiens, dan komodifikasi pekerja sebagai bagian dari mekanisme

produksi nilai ekonomi dalam industri komunikasi. Penelitian ini secara khusus berfokus pada komodifikasi pekerja media (Mosco, 2009).

Komodifikasi pekerja yang menjadi inti studi ini, terjadi ketika tenaga kerja media dikontrol sedemikian rupa untuk menghasilkan nilai tambah maksimal bagi perusahaan. Proses ini melibatkan pemisahan pekerja dari alat produksi dan hasil kerjanya, sehingga satu-satunya yang dimiliki pekerja adalah tenaga kerjanya yang harus dijual kepada kapitalis. Mosco menekankan bahwa dalam industri komunikasi, pekerja tidak hanya menjual tenaga fisik, tetapi juga kapasitas intelektual dan kreativitas mereka, yang kemudian dikonversi menjadi keuntungan korporasi melalui mekanisme kontrol manajemen yang ketat.

Selain komodifikasi, konsep Spasialisasi (*Spatialization*) dari Mosco juga relevan untuk melihat bagaimana industri media mengatasi hambatan ruang dan waktu. Dalam konteks pekerja PH, spasialisasi termanifestasi dalam bentuk fleksibilitas waktu kerja yang semu. Teknologi digital memungkinkan pekerjaan dilakukan di mana saja dan kapan saja, namun alih-alih memberikan kebebasan, hal ini justru memperpanjang jam kerja hingga menembus batas ruang privat pekerja. Sementara itu, konsep Strukturasi (*Structuration*) membantu menjelaskan hubungan timbal balik antara agen (pekerja) dan struktur (perusahaan/industri). Strukturasi melihat bagaimana praktik sosial yang berulang-ulang, seperti kerja lembur tanpa bayaran,

membentuk struktur yang menindas, namun di sisi lain, agen juga memiliki potensi meski terbatas untuk mengubah struktur tersebut melalui resistensi atau serikat pekerja. Untuk memperdalam analisis mengenai dampak psikososial dan ideologis yang dialami pekerja, penelitian ini mengadopsi konsep-konsep fundamental dari Karl Marx.

Marx menjelaskan bahwa dalam sistem produksi kapitalis pekerja mengalami Alienasi atau keterasingan yang terjadi dalam empat dimensi. Pertama, alienasi dari produk kerja, di mana pekerja tidak memiliki hak atas konten yang mereka buat. Kedua, alienasi dari proses produksi, di mana pekerja tidak memiliki otonomi untuk menentukan ritme kerjanya sendiri karena didikte oleh jadwal syuting dan target tayang. Ketiga, alienasi dari sesama pekerja, yang terjadi akibat iklim kompetisi yang diciptakan manajemen sehingga solidaritas antarpekerja terkikis. Keempat, alienasi dari diri sendiri (*species-being*), di mana kerja tidak lagi menjadi sarana ekspresi diri dan aktualisasi potensi manusia, melainkan sekadar aktivitas mekanis untuk bertahan hidup. Kondisi ini menyebabkan degradasi kualitas hidup manusia menjadi sekadar sekrup dalam mesin industri. Selain alienasi, Marx juga memperkenalkan konsep Mistifikasi, sebuah proses di mana realitas eksploitatif disamarkan sedemikian rupa sehingga tampak indah, wajar, atau tak terelakkan. (Marx, 1990).

Di industri media, mistifikasi ini sering muncul dalam bentuk *glamour* industri hiburan, kedekatan dengan selebritas, dan mitos popularitas yang

menutupi kondisi kerja yang buruk dan upah yang tidak layak. Konsep terkait lainnya adalah Reifikasi, yang menjelaskan bagaimana hubungan antarmanusia dalam pekerjaan berubah menjadi hubungan antar-benda yang bersifat transaksional semata. Selanjutnya, Naturalisasi adalah proses ideologis di mana kondisi kerja yang tidak adil seperti jam kerja ekstrem dan ketidakpastian kontrak dianggap sebagai sesuatu yang alamiah, "sudah dari sananya", atau hukum alam industri yang tidak bisa diubah. Naturalisasi berfungsi untuk melanggengkan *status quo* dan meminimalisir potensi perlawanan dari pekerja. Melengkapi perspektif klasik ekonomi politik tersebut, penelitian ini juga menggunakan kerangka pemikiran tentang *Creative Labour*. Dalam karya mereka, Hesmondhalgh dan Baker menyoroti ambiguitas mendasar dalam pekerjaan di industri budaya. Di satu sisi, pekerjaan ini menawarkan otonomi, kesenangan, dan peluang ekspresi diri yang jarang ditemukan di sektor manufaktur konvensional. Namun, di sisi lain, aspek-aspek positif ini sering kali menjadi perangkap "*self-exploitation*" atau eksploitasi diri. Pekerja rela dibayar murah, bekerja tanpa jaminan sosial, atau bekerja melampaui batas waktu fisik mereka karena mereka merasa melakukan apa yang mereka cintai (*passion*).

Industri budaya dengan cerdas memanfaatkan *reservoir* tenaga kerja muda yang besar yang bersedia bekerja keras demi impian ketenaran atau kepuasan artistik, sebuah fenomena yang sering disebut sebagai "cadangan tentara tenaga kerja kreatif". Teori ini sangat

relevan untuk menjelaskan mengapa pekerja di Skyrock Entertainment mungkin bertahan dalam jangka waktu tertentu meskipun menghadapi tekanan kerja yang luar biasa berat. Sintesis dari ketiga perspektif teoretis ini Mosco dengan struktur makro ekonominya Marx dengan dampak psikososial dan kritik ideologinya serta Hesmondhalgh & Baker dengan spesifikasi karakteristik industri kreatif membentuk kerangka kerja analisis yang komprehensif dan tajam. Kerangka ini akan digunakan untuk memetakan secara detail bagaimana kebijakan manajemen Skyrock Entertainment (sebagai representasi struktur kapitalis lokal) berinteraksi dengan subjektivitas dan kerentanan pekerja, menghasilkan pola hubungan kerja yang hegemonik, eksploitatif, namun sering kali tidak disadari sebagai bentuk penindasan oleh para pelakunya sendiri (Hesmondhalgh & Baker, 2011).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis. Pemilihan paradigma kritis didasarkan pada tujuan penelitian yang tidak sekadar ingin mendeskripsikan fenomena permukaan, melainkan berupaya membongkar struktur kuasa yang timpang dan menyuarakan ketidakadilan yang dialami oleh kelompok yang termarginalkan dalam struktur industri, yaitu pekerja media level bawah. Paradigma kritis menolak pandangan bahwa realitas sosial bersifat netral sebaliknya, realitas sosial dikonstruksi oleh kekuatan politik, ekonomi, dan budaya yang dominan. (Sunarto,

2011). Oleh karena itu penelitian kritis menuntut keterlibatan peneliti dalam memahami konteks historis dan struktural di balik data empiris, serta memiliki keberpihakan etis pada nilai-nilai humanisme dan keadilan sosial bagi subjek yang diteliti. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus tunggal (*single case study*) yang berfokus secara mendalam pada Skyrock Entertainment. Alasan pemilihan lokasi ini didasarkan pada posisi strategis Skyrock Entertainment sebagai salah satu *Production House* terkemuka di Indonesia yang memproduksi konten-konten populer dan melibatkan tenaga kerja kreatif dalam jumlah besar (Sunarto, 2011).

Fokus pada satu institusi memungkinkan peneliti untuk menggali kedalaman data (*thick description*) mengenai budaya organisasi, ritme kerja harian, mekanisme kontrol manajemen, serta dinamika interpersonal yang spesifik, yang mungkin akan terlewatkan jika menggunakan desain studi survei atau kuantitatif yang lebih luas namun dangkal. Studi kasus ini diharapkan dapat menjadi representasi mikrokosmos dari permasalahan sistemik yang lebih besar dalam industri media nasional.

Subjek penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, di mana informan dipilih berdasarkan tujuan penelitian. Penelitian ini melibatkan informan kunci yang bekerja sebagai jurnalis lapangan di rumah produksi Skyrock Entertainment Jakarta. Atas permintaan informan identitasnya disamarkan dalam penelitian ini. Informan dipilih karena terlibat

langsung dalam proses produksi konten hiburan dan telah bekerja lebih dari satu tahun (Creswell, 2013).

Informan kunci dalam penelitian ini adalah pekerja media yang memiliki pengalaman langsung berinteraksi dengan tekanan produksi tinggi, seorang pekerja yang bertugas menangani manajemen artis dan jadwal produksi. Posisi Jurnalis sangat strategis karena ia berada di titik temu antara tekanan manajemen, tuntutan artis, dan realitas lapangan. Selain informan kunci, data pendukung juga dikumpulkan dari observasi lingkungan kerja. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama yang saling melengkapi (triangulasi). Pertama, wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pedoman semi-terstruktur. Wawancara dilakukan secara personal dan informal untuk menciptakan ruang aman (*safe space*) bagi pekerja menceritakan keluh kesah, pengalaman lembur, kondisi kesehatan, dan persepsi mereka terhadap manajemen tanpa takut intimidasi atau sanksi dari perusahaan. Kedua, observasi partisipatif pasif. Peneliti melakukan pengamatan langsung di beberapa lokasi syuting dan kantor produksi untuk merasakan atmosfer kerja yang sebenarnya, melihat interaksi hierarkis antara produser, artis, dan kru, serta menyaksikan ritme kerja "stripping" yang melelahkan (Denzin & Lincoln, 2011)

Ketiga, studi dokumentasi, yang meliputi pengumpulan data sekunder seperti dokumen regulasi perusahaan (jika dapat diakses), jadwal syuting (*calling sheet*), dan komunikasi digital yang menunjukkan pola

instruksi kerja. Teknik analisis data mengacu pada model interaktif yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan: kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*). Tahap kondensasi melibatkan proses transkripsi wawancara, seleksi data yang relevan, dan pengkodean (*coding*) berdasarkan tema-tema teoretis utama seperti 'eksploitasi waktu', 'dampak kesehatan', dan 'mekanisme kontrol'.

Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun matriks dan narasi deskriptif untuk melihat pola hubungan antar variabel. Tahap verifikasi dilakukan dengan mengecek kembali temuan data dengan teori yang digunakan serta melakukan triangulasi sumber untuk memastikan validitas interpretasi peneliti (Miles dan Huberman, 2014).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Temuan lapangan menunjukkan adanya pola kerja yang sangat intensif, tidak teratur, dan eksploitatif di Skyrock Entertainment. Berdasarkan narasi yang disampaikan oleh informan terungkap fakta bahwa durasi kerja pekerja media di PH ini tidak memiliki batasan yang jelas dan manusiawi. "Pernah sampai 12 jam atau masuk jam 11 pagi dan pulang jam 7 pagi karena ada kasus yang harus diuruskan", ujarnya. Pernyataan ini bukan sekadar keluhan personal, melainkan indikator adanya pelanggaran sistemik dan serius terhadap standar

waktu kerja yang diatur undang-undang. Jam kerja yang terbalik (masuk siang, pulang pagi) dan durasi kerja yang mencapai 20 jam tanpa jeda istirahat yang memadai telah menjadi norma operasional. Kondisi ini diperparah saat produksi mengejar target tayang (*deadline*) di mana batas antara siang dan malam menjadi kabur demi mengejar efisiensi produksi. Selain masalah durasi kerja yang ekstrem, aspek kompensasi finansial juga menjadi sorotan kritis dalam penelitian ini. Ketika dikonfirmasi mengenai hak atas upah lembur untuk kelebihan jam kerja tersebut, informan menyatakan ada uang lembur atau tunjangan tetapi tidak selalu dikomunikasikan dengan jelas atau diterapkan secara konsisten". Ketidakjelasan dan ketidakkonsistenan ini adalah bentuk strategi pengaburan hak pekerja oleh manajemen.

Dalam sistem industri yang profesional dan beretika, lembur harus dihitung berdasarkan rumus yang pasti dan transparan sesuai regulasi pemerintah. Namun, di Skyrock.Entertainment, lembur sering kali dikonstruksi ulang sebagai bentuk "loyalitas", "dedikasi", atau konsekuensi logis dari pekerjaan kreatif, sehingga kompensasinya bersifat sukarela (*voluntary*) dari kebaikan hati manajemen, bukan sebagai kewajiban hukum (*mandatory*) yang harus dipenuhi.

Dampak fisik dari pola kerja eksploitatif ini sangat nyata dan mengkhawatirkan. Informan secara spesifik mengeluhkan "Saya sering mengeluhkan tekanan asam lambung karena jam kerja yang tidak teratur dan stres." Penyakit asam lambung (GERD), gangguan pencernaan, kelelahan kronis, dan pola tidur yang kacau adalah manifestasi fisik dari eksploitasi tubuh pekerja.

Tubuh pekerja tidak lagi menjadi otoritas mereka sendiri untuk dirawat dan dijaga kesehatannya, melainkan telah teralienasi menjadi aset perusahaan yang diperas energinya hingga batas maksimal demi kelancaran produksi konten. Upaya pekerja untuk mengomunikasikan keberatan atau menegosiasikan beban kerja kepada atasan sering kali menemui jalan buntu dan diabaikan, "Saya mencoba untuk berkomunikasi dengan atasan, tetapi tidak selalu efektif", ungkap informan. Hal ini menunjukkan adanya sumbatan saluran aspirasi demokrasi di tempat kerja dan dominasi kekuasaan manajemen yang absolut. Untuk mempermudah analisis teoretis mengenai bentuk-bentuk spesifik komodifikasi yang terjadi, berikut disajikan tabel klasifikasi temuan data dikaitkan dengan konsep teoretis Vincent Mosco:

Tabel 1. Bentuk Komodifikasi Pekerja Media di Skyrock.Entertainment

Bentuk Komodifikasi	Temuan Data Lapangan	Indikator Lapangan	Konsep Teori (Mosco)
Eksplorasi Waktu Kerja (Absolut)	Informan bekerja dari jam 11.00 siang hingga 07.00 pagi keesokan harinya (total durasi kerja 20 jam dengan jeda istirahat minim).	Pulang pagi hari, ritme kerja pola "stripping", tidak ada batasan <i>clock-out</i> yang jelas dan tegas.	<i>Labour Commodification</i> (Perpanjangan hari kerja absolut untuk menghasilkan <i>Surplus Value</i> maksimal).

Bentuk Komodifikasi	Temuan Data Lapangan	Indikator Lapangan	Konsep Teori (Mosco)
Fleksibilitas Semu (Spasialisasi)	Lembur terjadi sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan, sangat tergantung masalah mendadak di lapangan (misal: <i>mood</i> artis bermasalah).	Jam "masuk siang" dianggap fleksibel, namun jam pulang tidak tentu dan seringkali esok harinya.	<i>Spatialization</i> (Pengaturan ruang/waktu yang cair demi efisiensi modal dan mengatasi hambatan produksi).
Pengaburan Upah (Reduksi Biaya)	Tidak ada transparansi hitungan lembur. Kompensasi bersifat insidental dan "seikhlasnya".	Pernyataan "Tidak selalu dikomunikasikan dengan jelas", pembayaran tunjangan tidak konsisten.	<i>Cost reduction</i> dalam proses produksi untuk memaksimalkan margin keuntungan perusahaan.
Intensifikasi Kerja	Satu pekerja harus menangani banyak artis, jadwal, dan masalah produksi sekaligus (<i>multitasking</i> berlebihan).	Beban kerja fisik dan mental yang tinggi, kewajiban mengurus "kasus" mendadak, tekanan produksi <i>real-time</i> .	<i>Intensification of Labour</i> (Memadatkan volume kerja dalam satu satuan waktu yang sama).

Sumber: Olah Data Peneliti (2024)

Tabel 1 di atas memperlihatkan secara gamblang bagaimana Skyrock Entertainment menerapkan strategi komodifikasi tenaga kerja yang agresif dan multidimensi. Dalam perspektif Vincent Mosco, apa yang terjadi di Skyrock Entertainment adalah upaya sistematis perusahaan untuk memaksimalkan nilai tukar (*exchange value*) dari konten yang diproduksi dengan cara menekan biaya produksi serendah mungkin. Variabel utama yang paling mudah ditekan dalam industri padat karya ini adalah biaya tenaga kerja.

Dengan membiarkan jam kerja molor tanpa kewajiban membayar kompensasi lembur yang tetap dan

mahal, perusahaan secara efektif melakukan pencurian nilai lebih (*theft of surplus value*) dari pekerja. Spasialisasi bekerja dengan cara menghilangkan batas waktu kerja, membuat pekerja *standby* setiap saat seolah-olah mereka memiliki fleksibilitas, padahal mereka terperangkap dalam ketersediaan tanpa batas bagi perusahaan.

Selanjutnya dampak dari praktik komodifikasi ini tidak hanya berhenti pada aspek kerugian ekonomi semata tetapi merusak dimensi kemanusiaan pekerja secara fundamental. Tabel 2 merangkum dampak tersebut menggunakan perspektif Marx mengenai alienasi dan mistifikasi:

Tabel 2. Dampak Komodifikasi terhadap Dimensi Kerja

Dimensi	Dampak	Bukti Empiris	Teori (Marx)
Kesehatan Fisik	Penurunan kualitas kesehatan secara drastis, munculnya penyakit degeneratif akibat kerja.	Informan menderita asam lambung kronis (<i>acid reflux</i>), kelelahan ekstrem, dan kurang tidur.	<i>Physical deterioration</i> (Kerusakan tubuh fisik) akibat eksploitasi tubuh sebagai mesin produksi.

Dimensi	Dampak	Bukti Empiris	Teori (Marx)
Kesehatan Mental	Tingkat stres yang tinggi, kecemasan konstan (<i>anxiety</i>) akan pekerjaan yang tak kunjung selesai.	Tekanan mental berat dalam mengurus artis dan mengejar <i>deadline</i> , perasaan tidak berdaya saat komunikasi buntu.	<i>Alienation from self</i> (Keterasingan dari diri sendiri dan potensi kemanusiaan).
Relasi Sosial	Kehilangan waktu berkualitas untuk kehidupan pribadi, keluarga, dan interaksi sosial di luar kerja.	Waktu habis tersedot di lokasi syuting (siang sampai pagi), siklus hidup terbalik dari masyarakat umum.	<i>Alienation from others</i> (Keterasingan dari lingkungan sosial dan sesama manusia).
Kesadaran Ideologis	Penerimaan kondisi kerja buruk sebagai hal yang wajar dan tak terelakkan di industri media.	Pekerja tetap bertahan meski sakit fisik, menganggap komunikasi buntu dengan atasan sebagai "biasa".	<i>Naturalization & Mystification</i> (Menganggap eksploitasi struktural sebagai kewajaran industri atau takdir profesi).

Sumber: Olah Data Peneliti (2025)

Pembahasan teoritis mendalam terhadap temuan Tabel 2 menunjukkan bahwa Skyrock Entertainment dan industri media secara umum berhasil melakukan Mistifikasi terhadap realitas kerja yang sesungguhnya. Pekerja seperti Informan meskipun menderita secara fisik dan mental, tetap memilih berada dalam sistem tersebut. Hal ini terjadi karena industri media secara cerdas membangun mitos dan citra bahwa bekerja di PH, terlibat dalam produksi konten populer, dan dekat dengan artis adalah sebuah privilese (*privilage*) sosial yang tinggi.

Rasa bangga semu karena bisa bekerja di lingkungan yang dianggap "*glamour*" dan bergengsi ini menjadi tirai asap ideologis yang menutupi fakta keras bahwa mereka sedang dieksploitasi secara brutal. Inilah yang disebut Marx sebagai mistifikasi, di mana relasi produksi yang menyakitkan disembunyikan di balik pesona produk (popularitas artis/tayangan) yang dihasilkan. Fenomena Naturalisasi juga terlihat jelas dalam sikap pasrah pekerja.

Ketika informan mengatakan bahwa komunikasi dengan atasan tidak efektif namun ia tetap menjalani ritme kerja 20 jam tersebut, ini menunjukkan bahwa kondisi abnormal telah dinormalisasi. Manajemen dan budaya industri menanamkan doktrin bahwa "industri TV memang begini kerjanya," atau "kalau tidak kuat jangan kerja di media," sehingga pekerja yang mengeluh dianggap lemah, tidak profesional, atau salah memilih profesi.

Pandangan ini sejalan dengan pemikiran Hesmondhalgh dan Baker tentang *Creative Labour*, di mana pekerja kreatif sering kali terjebak dalam perangkap eksploitasi diri (*self-exploitation*). Mereka rela dieksploitasi karena mereka merasa pekerjaan ini adalah panggilan jiwa atau *passion*, bukan sekadar aktivitas ekonomi untuk mencari nafkah. "*Passion*" menjadi alat kontrol yang sangat efektif bagi kapitalis untuk menundukkan tenaga kerja tanpa perlu menggunakan paksaan fisik. Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada temuan bahwa di era

digital di mana alat produksi semakin canggih dan ringkas, kesejahteraan pekerja justru tidak mengalami peningkatan yang berbanding lurus. Justru, teknologi komunikasi digital (seperti grup *whatsapp* kerja, email, aplikasi manajemen proyek) memperpanjang rantai komando manajemen hingga ke ruang privat pekerja, bahkan ke kamar tidur mereka di luar jam kerja resmi.

Jika penelitian Sudarsono (2018) lebih fokus pada komodifikasi dalam konteks program kuis, dan Maulana & Astagini (2021) pada reporter berita, penelitian ini menemukan bahwa di level *Production House*, bentuk komodifikasinya lebih kasar, fisik, dan langsung karena terikat dengan jadwal produksi artis yang sangat tidak menentu. Pekerja PH berfungsi sebagai penyangga (*buffer*) bagi ketidakpastian *mood* artis dan tuntutan kejar tayang stasiun TV menjadikan mereka entitas paling rentan (*the most vulnerable entity*) dalam seluruh rantai pasok industri media. Mereka menanggung beban risiko terbesar dari ketidakpastian industri, sementara keuntungan terbesar mengalir ke pemilik modal dan stasiun televisi.

5. Simpulan

Praktik komodifikasi pekerja media di Skyrock Entertainment terjadi secara sistematis, terstruktur, dan intensif. Pekerja media di institusi ini tidak lagi diperlakukan sebagai subjek kreatif yang otonom dan bermartabat, melainkan telah direduksi menjadi objek atau komoditas yang nilai gunanya diperas habis-habisan untuk mengejar efisiensi produksi dan memaksimalkan keuntungan finansial

perusahaan. Bentuk komodifikasi yang paling nyata dan merusak termanifestasi dalam eksploitasi durasi kerja yang ekstrem (mencapai 12 hingga 20 jam sehari).

Pengaburan hak-hak normatif atas upah lembur yang layak dan transparan, serta pengabaian total terhadap kesehatan fisik dan kesejahteraan mental pekerja. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa mekanisme naturalisasi dan mistifikasi profesi media berfungsi sebagai alat hegemoni yang ampuh bagi manajemen untuk meredam potensi resistensi pekerja. Dengan membalut eksploitasi dalam narasi "*passion*", "*kreativitas*", dan "*glamour* industri", perusahaan berhasil membuat kondisi kerja yang tidak manusiawi tampak sebagai standar industri yang wajar dan harus diterima. Implikasi teoritis dari penelitian ini memperkaya literatur ekonomi politik komunikasi, khususnya dalam konteks *Production House* di negara berkembang, dengan menunjukkan bahwa digitalisasi media tidak serta merta membebaskan pekerja, tetapi justru menciptakan bentuk-bentuk perbudakan modern yang berbalut teknologi canggih.

Secara praktis dan kebijakan, penelitian ini merekomendasikan perlunya intervensi negara yang jauh lebih tegas dan proaktif dalam menegakkan Undang-Undang Ketenagakerjaan di sektor industri kreatif yang selama ini sering luput dari pengawasan. Dinas tenaga kerja perlu melakukan audit jam kerja di rumah-rumah produksi. Selain itu, pembentukan serikat pekerja (*labour union*) yang kuat, independen, dan spesifik bagi pekerja PH serta

freelancer media menjadi urgensi yang tidak bisa ditunda lagi. Serikat pekerja diperlukan untuk meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) pekerja di hadapan korporasi media raksasa, memperjuangkan standarisasi upah dan jam kerja, serta memberikan perlindungan hukum. Tanpa adanya perlawanan kolektif yang terorganisir dan regulasi negara yang ketat, pekerja media akan terus menjadi korban dari mesin industri kapitalistik yang hanya berorientasi pada profit semata.

Temuan penelitian juga memberikan implikasi teoritik terhadap konsep komodifikasi yang dikemukakan oleh Mosco. Dimana Mosco menjelaskan bahwa industri media mengalami proses komodifikasi yang meliputi komodifikasi konten, komodifikasi audiens, dan komodifikasi pekerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks rumah produksi bentuk komodifikasi yang paling menonjol adalah komodifikasi pekerja media karena tenaga, waktu, dan kreativitas pekerja menjadi bagian dari mekanisme produksi nilai ekonomi perusahaan. Dengan demikian penelitian ini memperlihatkan bagaimana konsep komodifikasi pekerja Mosco dapat dipahami secara empiris dalam praktik kerja industri rumah produksi di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Banks, M., Gill, R., & Taylor, S. (2013). *Theorizing Cultural Work*. Routledge.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Deuze, M. (2007). *Media Work*. Polity Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2011). *Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries*. Routledge.
- Jones, B. (2020). The evolution of media consumption: Trends and patterns. *Media Research Quarterly*, 15(2), 112–130.
- Marx, K. (1990). *Capital: A Critique of Political Economy, Volume 1*. Penguin Books.
- Maulana, P. M., & Astagini, N. (2021). Komodifikasi pekerja media: Studi pada reporter olahraga di stasiun televisi X. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 32–39. <https://doi.org/10.47007/jkomu.v18i01.321>
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. Sage Publications.
- Sudarsono, A. (2018). Komodifikasi pekerja media dalam industri hiburan televisi. *Jurnal Oratio Directa*, 1(2), 160–174.
- Sunarto. (2011). Paradigma dan Metode Penelitian Komunikasi di Indonesia. In A. Ishak (Ed.), *Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi*. Aspikom.