

## Abstrak

Dengan berkembangnya media televisi menyebabkan jumlah pekerja televisi semakin meningkat. Namun, terjadi pula peningkatan *turnover* (pergantian) karyawan yang bekerja di media televisi. Banyak pekerja media televisi yang tidak siap menghadapi rutinitas dan kondisi kerja di industri televisi. Selain itu, seringkali gaji yang didapatkan tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan kepada mereka. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa adanya praktek komodifikasi yang dilakukan oleh organisasi media televisi. Dalam praktek komodifikasi, para pekerja media televisi dipaksa untuk menukar tenaga kerja mereka dengan upah yang tidak sesuai. Pada saat ini praktek komodifikasi banyak dialami oleh pekerja media televisi yang berprofesi sebagai reporter. Sedangkan tujuan dari penelitian ini ialah, untuk mengkaji atau mendeskripsikan proses komodifikasi yang dialami oleh reporter acara olah raga di stasiun televisi swasta X. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktek komodifikasi masih terjadi di stasiun televisi swasta X, tetapi praktek ini tidak disadari oleh para reporter. Terbentuk sebuah kesadaran palsu di mana para reporter menganggap bahwa bekerja di stasiun televisi swasta X merupakan perwujudan cita-cita dan hasrat (*passion*) mereka. Mereka tidak menganggap pekerjaan ini sebagai suatu beban, dan menjalankan berbagai tugas dan tanggung jawab yang diberikan dengan baik. Stasiun televisi swasta X sendiri berperan membentuk kesadaran palsu para reporternya dengan membentuk citra bahwa bekerja di media televisi merupakan hal yang menyenangkan dengan bergengsi.

**Kata Kunci :** komodifikasi, pekerja media , reporter, televisi, kesadaran palsu

## Abstrack

*With the development of television media causing the number of television workers increased. However, there is also an increase in the turnover of employees working in television media. Many television media workers are not ready to face working routines and conditions in the television industry. In addition, often the salary obtained does not match the workload given to them. The phenomenon indicates that there is a commodification practice done by television media organizations. In the practice of commodification, the workers of the television media were forced to exchange their workforce with inappropriate wages. At this time, the practice of commodification is experienced by television media workers who are professionals as reporters. The purpose of this study is to review or describe the process of commodification experienced by the event reporter at private television station X. This study used a qualitative approach with critical paradigm. The results showed that the commodification practice was still happening at private television station X, but this practice was not recognized by the reporters. It formed a false consciousness where reporters assumed that working on a private television station X was an embodiment of their ideals and passion. They do not consider this work as a burden, and carry out a variety of well-rendered duties and responsibilities. Private television stations X itself plays a fake awareness of its reporterers by forming the image that working in television media is a delight with the prestigious.*

**Keywords:** *commodification, media worker, reporter, television, false consciousness*