

ANALISIS KOMODIFIKASI PADA PROGRAM “RUMAH UMKM” DI RADIO MERCURY 96 FM SURABAYA

Muhammad Rafli Ar Rasyid¹, Windri Saifudin²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: ¹mrafli9334@gmail.com

Abstrak:

Industri media dituntut untuk tetap bertahan di tengah persaingan antar media. Seluruh media bersaing satu sama lain untuk memenangkan pasar audiens dan mendapatkan keuntungan. Salah satu strategi bertahan dalam persaingan tersebut adalah dengan menerapkan komodifikasi media, termasuk Radio Mercury 96 FM Surabaya melalui salah satu programnya “Rumah UMKM”. Penelitian ini menganalisis praktik komodifikasi yang terdapat pada program “Rumah UMKM” di Radio Mercury 96 FM Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang mana data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam (in-depth interview), dan studi literatur. Data-data tersebut kemudian dianalisis dengan teori komodifikasi Vincent Mosco (komodifikasi isi/konten, pekerja, dan audiens). Hasil penelitian menunjukkan Radio Mercury 96 FM Surabaya melalui program “Rumah UMKM” melakukan komodifikasi. Praktik komodifikasi dilakukan oleh Radio Mercury 96 FM Surabaya melalui konten yang diproduksi, pekerja yang terlibat, serta audiens dan peserta program.

Kata Kunci: *Komodifikasi, Media, Komodifikasi Media, Ekonomi Politik Media*

Abstract:

The media industry is required to survive amidst competition between media. All media compete with each other to win the audience market and gain profit. One strategy to survive in this competition is to implement media commodification, including Radio Mercury 96 FM Surabaya through one of its programs, “Rumah UMKM”. This study analyzes the commodification practices found in the “Rumah UMKM” program on Radio Mercury 96 FM Surabaya. This study uses a qualitative approach with a case study method, where data is collected through observation, in-depth interviews, and literature studies. The data are then analyzed using Vincent Mosco's commodification theory (commodification of content, workers, and audiences). The results of the study show that Radio Mercury 96 FM Surabaya through the “Rumah UMKM” program carries out commodification. The commodification practice is carried out by Radio Mercury 96 FM Surabaya through the content produced, the workers involved, and the audience and program participants.

Keywords: *Commodification, Media, Media Commodification, Commodification Analysis, Media Economy Politic*

Pendahuluan

Penelitian ini berfokus pada bagaimana komodifikasi yang dilakukan oleh Radio Mercury 96 FM melalui program “Rumah UMKM”. Croteau dan Hoynes menyatakan bahwa media saat ini mengalami komersialisasi yang sangat signifikan.¹ Salah satu bentuk penerapannya terletak pada program suatu media sebagai sebuah produk atau komoditas yang bisa dijual kepada audiens dan pengiklan, dari sanalah kemudian perusahaan media akan mendapatkan

¹ Nur Ruli Febriyanti and Andi Faisal Bakti, “Kecenderungan Komodifikasi dan Spasialisasi pada Transmedia,” *CoverAge: Journal of Strategic Communication* 7, no. 2 (2017): 1–17.

keuntungan. Dalam konteks ini, bentuk komoditas pada suatu program, dikomodifikasikan agar dapat memperoleh keuntungan.² Hal ini menunjukkan bahwa komodifikasi merupakan bukti pelaksanaan fungsi ekonomi dalam industri media guna mempertahankan eksistensinya.

Program atau tayangan dalam suatu media memiliki dua tujuan utama, yaitu menjalankan fungsi sosial serta memenuhi fungsi ekonomi dari industri media.³ Konsep tersebut secara umum dilakukan oleh berbagai industri media, termasuk salah satunya Radio Mercury 96 FM Surabaya. Radio Mercury 96 FM Surabaya merupakan radio swasta di Surabaya yang lebih banyak berfokus pada perkembangan UMKM di Surabaya. Radio Mercury 96 FM Surabaya memiliki program unggulan yang dikenal sebagai "Rumah UMKM". Program tersebut ditujukan secara khusus bagi pelaku UMKM serta memberikan edukasi bagi masyarakat mengenai berbagai aspek, mulai dari proses produksi produk UMKM, analisa pasar, hingga pengelolaan sistem manajemen yang optimal.

Suatu program dalam suatu media merupakan produk yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan bagi audiens.⁴ Dalam pelaksanaannya, media terkadang kurang mempertimbangkan kepentingan publik dan lebih fokus pada kompetisi pasar.⁵ Sebagai sebuah industri, media dituntut untuk mampu menghasilkan pundi-pundi keuntungan bisnis. Fenomena ini dapat dipahami melalui perspektif teori ekonomi politik media. Menurut Alexander, ekonomi politik media merupakan pandangan tentang kekuasaan pemilik modal dan politik sebagai dasar ekonomi dan ideologi industri media dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan publik, yang ditandai oleh kompromi terhadap pasar melalui produk-produk 'budaya' komersial.⁶ Pandangan sederhana dari ekonomi politik media adalah isi pada suatu media dikemas oleh kekuatan dari ekonomi media.⁷ Hal tersebut menunjukkan bahwa industri media lebih menekankan aspek ekonomi dibandingkan dengan isi ideologis media.⁸

Fungsi ekonomi diterapkan pada program media yang mengalami komodifikasi. Komodifikasi memandang program dalam industri media sebagai komoditas yang dapat dimodifikasi untuk memperoleh keuntungan.⁹ Program dengan tingkat minat audiens yang tinggi berpotensi mendatangkan keuntungan yang signifikan bagi industri media.¹⁰ Namun, sebagai praktik penerapan fungsi ekonomi media, komodifikasi dapat memberikan dampak negatif jika dilakukan secara berlebihan.¹¹

Fenomena komodifikasi dalam industri media muncul akibat persaingan yang semakin ketat. Salah satu dampak dari persaingan ini adalah penerapan komodifikasi sebagai praktik

² Shandy, Rahardian, Mohammad Jhanattan, and A.G Eka Wenats. 2020. "Komodifikasi Pekerja Lepas Di Industri Media Online: Pemanfaatan Community Writers Oleh Idntimes.Com." *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* 9 (2): 74. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3219>.

³ Kansong, Usman. 2009. *Ekonomi Media: Pengantar Konsep Dan Aplikasi*. Edited by Risman Sikumbang. 1st ed. Bogor: Ghalia Indonesia.

⁴ Kustiawan, Winda, Alya Hamzah Panggabean, Ika Sartika, Tris Supriadi, Irma Yanti Lubis, Yughni Faidah, and Muhammad Harmain. 2023. "Program Siaran Radio." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3 (2): 3192–3202.

⁵ Kansong *Op. cit.*

⁶ Seran, Herman Elfridus, and Felisianus Efreem Jelahun. 2023. "Komodifikasi Konten Dan Khalayak: Kajian Ekonomi Politik Media Pada Program Acara Indonesian Idol." *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science* 5 (1): 12–20. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v5i1.2676>.

⁷ *Ibid.* Hlm. 17

⁸ Kansong. *Op. cit.*

⁹ Shandy, Jhanattan, and Wenats. *Op. cit.* Hlm. 78

¹⁰ Ariska, Yogi, Syaefudin, and Rosmaniah. 2021. "KOMODIFIKASI ODGJ PADA KANAL YOUTUBE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI POLITIK DI MEDIA BARU." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8 (1): 65–76.

¹¹ Ibrahim, Subandy Idi, and Bachruddin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi*. 1st ed. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

untuk menjalankan fungsi ekonomi dalam industri media.¹² Menurut Mosco, komodifikasi merupakan proses transformasi fungsi barang dan jasa menjadi komoditas yang memiliki nilai jual.¹³ Lebih lanjut, Mosco menekankan bahwa industri media saat ini semakin profesional dalam melaksanakan komodifikasi sebagai strategi untuk bertahan dalam kompetisi industri media.¹⁴ Terdapat tiga pihak yang terlibat dalam proses komodifikasi, yakni media, penonton atau audiens, dan pengiklan. Mosco mengkategorikan komodifikasi menjadi tiga jenis, yaitu komodifikasi isi, pekerja, dan audiens.¹⁵

Praktik komodifikasi pada program "Rumah UMKM" terlihat dari cara Radio Mercury 96 FM Surabaya memanfaatkan peluang program media bagi pelaku UMKM. Sebagai institusi media publik, radio berperan dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan audiens.¹⁶ Program "Rumah UMKM" menawarkan potensi keuntungan yang signifikan, terutama di kalangan pendengar yang merupakan pelaku UMKM. Peluang keuntungan ini dipandang dari sudut produk media yang memiliki nilai tukar dan ekonomis.¹⁷ Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik komodifikasi yang diterapkan oleh Radio Mercury 96 FM Surabaya pada program "Rumah UMKM" dari perspektif komodifikasi media.

Metode Penelitian

Penelitian ini berjenis kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam (*in-depth interview*), dan studi literatur. Teknik analisis data diartikan sebagai proses mengolah data yang didapatkan pada penelitian di lingkup tertentu. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Miles, Huberman, dan Saldana. Teknik analisis Miles memiliki tiga tahapan, yakni kondensasi data, tampilan data, dan penarikan kesimpulan.¹⁸ Data yang telah diperoleh kemudian disajikan secara deskriptif. Objek pada penelitian ini merupakan program "Rumah UMKM" dari Radio Mercury 96 FM Surabaya. Subjek penelitian berasal dari karyawan yang bekerja atau pihak yang bertanggung jawab dan aktif pada program "Rumah UMKM" di Radio Mercury 96 FM Surabaya. Informan pada penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono menyatakan, *purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel yang didasari oleh keputusan atau pertimbangan tertentu berdasarkan tujuan penelitian.¹⁹ Teknik *purposive sampling* digunakan karena peneliti menganggap pertimbangan peneliti terhadap informan sudah memiliki pemahaman mendalam tentang objek penelitian yang akan dikaji. Setelah melakukan teknik *purposive sampling*, peneliti menemukan informan yang sesuai berupa program direktur, operator, redaktur, dan *host* acara *talkshow*.

¹² Audina, Zahara, and Rika Ifati Fariha. 2022. "KOMODIFIKASI KONTEN MEDIA PENYIARAN: ANALISIS EKONOMI POLITIK PADA MEDIA MASSA MNC GROUP." INTELEKTIVA 3 (5): 99–105.

¹³ Shandy, Jhanattan, and Wenats. *Loc. cit.*

¹⁴ *Ibid.* Hlm. 78

¹⁵ Ibrahim and Akhmad. *Op. cit.* Hlm. 20

¹⁶ Hadi, Ido Prijana. 2020. "Radio Siaran Interaktif Dan Layanan Publik." In *Radio Siaran Interaktif Dan Layanan Publik*, 1st ed., 1:31–31. Pasuruan: Qiara Media.

¹⁷ Rustandi, Ridwan. 2018. "Analisis Wacana Kritis Komodifikasi Daí Dalam Program Televisi." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2 (2): 179–202. <https://doi.org/10.15575/cjik.xxix.xxx>.

¹⁸ Miles, Matthew B., A. M. Huberman, and Johnny Saldaña. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

¹⁹ Nursyam, Ramadhani. 2018. "Strategi Badan Penelitian Dan Pengembangan Provinsi Riau Dalam Mengembangkan Kebijakan Sistem Inovasi Daerah (SIDa)." *Administrasi Publik*, Pekanbaru: Universitas Islam Riau.

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Cerita Perjalanan Pelaku UMKM sebagai Komoditas Program “Rumah UMKM”

Komoditas isi pada media dapat terletak pada program, konten, atau tayangan yang diproduksi. Program “Rumah UMKM” menghasilkan artikel, konten *talkshow*, dan siaran melalui beberapa *platform* media. Pembawaan konten, siaran, dan artikel dibuat sedemikian rupa agar mampu menarik minat penonton. Mosco memandang pelaku media melakukan perubahan pesan menggunakan teknologi menjadi pesan yang memiliki nilai jual.²⁰ Komodifikasi konten terbukti efektif dalam menghasilkan konten yang sesungguhnya biasa saja menjadi lebih menarik dengan melibatkan seluruh unsur dalam tayangan sebagai komoditas yang ditawarkan kepada audiens.²¹

Acara *talkshow* program “Rumah UMKM” memiliki struktur naratif yang konsisten di setiap sesinya. Penyampaian cerita dibuat semenarik mungkin dan inspiratif bagi pendengar. Hal ini menghasilkan ketertarikan pendengar untuk mengikuti siaran dan diharapkan dapat berpartisipasi dalam program “Rumah UMKM”. Ekspresi, intonasi, dan elemen kreatif turut memperkaya narasi perjalanan UMKM. Hubungan yang baik antara penyiar dan audiens dapat meningkatkan loyalitas audiens, sehingga audiens setia mendengarkan siaran program.²² Siaran program yang menarik membuat pendengar memahami pesan yang disampaikan penyiar. Penyiar harus mampu menyesuaikan gaya siaran dengan target segmentasi pendengar, agar pendengar siaran nyaman mendengarkan serta lebih mudah memahami pesan tersebut.²³

Siaran program “Rumah UMKM” membahas mengenai bagaimana cerita pelaku UMKM dalam membangun usaha mereka. Pembawa siaran atau *host* membahas mengenai profil pelaku UMKM dan produk terlebih dahulu. Kemudian, *host* mengulik cerita perjalanan membangun UMKM sejak awal merintis. *Host* juga mengangkat prestasi atau hal-hal unik lain yang dialami oleh pelaku UMKM selama menjalani usaha, seperti omzet terbesar dalam satu hari, produk yang diekspor keluar negeri, perbandingan jumlah cabang saat awal merintis hingga saat ini, prestasi dari lomba atau lembaga tertentu, dan lain-lain. Pembawaan *host* dan cerita narasumber dibuat semenarik mungkin agar cerita yang dibawakan mudah dipahami oleh audiens.

Komoditas di komodifikasi isi pada program “Rumah UMKM” terletak pada pengemasan cerita perjalanan narasumber yang disajikan dengan kreatif dengan tujuan mampu menarik audiens untuk mendengarkan program. Selain itu, pembukaan yang menarik mampu membuat pendengar tertarik agar terus mendengarkan.²⁴ Cerita perjalanan membangun UMKM yang memerlukan waktu pelaksanaan yang relatif panjang disampaikan dalam durasi yang singkat. Komodifikasi isi yang dikemas dengan cara kreatif pada siaran memberikan hasil bagi Radio Mercury 96 FM Surabaya. Sesi acara *talkshow* berkontribusi dalam mengundang lebih banyak audiens pada program dan pengiklan. Program “Rumah UMKM” menggunakan berbagai cara

²⁰ Febriyanti, Nur Ruli, and Andi Faisal Bakti. 2017. “KECENDERUNGAN KOMODIFIKASI DAN SPASIALISASI PADA TRANSMEDIA.” *CoverAge: Journal of Strategic Communication* 7 (2): 1–17.

²¹ Razaq, Abd, Islahuddin, and Abdul Khakim. 2022. “Komodifikasi Konten Berbagai Uang Dalam Akun Youtube Baim Paula.” *Al-Hikmah* 20 (1): 1–20.

²² Sartika, and Jauhar Wahyuni. 2023. “Strategi Program Good Morning Hard Rockers Show Untuk Meningkatkan Jumlah Pendengar (Studi Kasus Pada Hard Rock FM Surabaya) Sartika.” *The Commercium* 06 (3): 112–25.

²³ Arliadini, Dias, and Nova Yulianti. 2022. “Hubungan Kualitas Program Siaran Dengan Aspek Kognitif Pendengar Radio.” *Bandung Conference Series: Public Relations* 2 (2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3631>.

²⁴ Nursalim, Za'im Aqil, Nurfayza Albayanah, and Muhammad Rafli. 2024. “KARAKTERISTIK NASKAH SIARAN UNTUK PLATFORM DIGITAL: STUDI KASUS PADA PODCAST PWK EPISODE ‘PWK - MENTAL DR. TIRTA TURUN, GARA-GARA VIDEO MARAH-MARAH DILIHAT & DITIRU SAMA ANAKNYA!’” *Jurnal Multidisiplin Inovatif* 8 (July):190–95. <https://sejurnal.com/pub/index.php/jmi/article/view/3707>.

dalam melaksanakan kegiatannya, seperti menggunakan siaran *on-air*, kegiatan *off-air*, dan siaran berbasis aplikasi dan platform *online*.

Teknologi yang terus berkembang membuat media massa harus mampu beradaptasi agar mampu bertahan. Radio juga termasuk salah satu media massa yang beradaptasi mengikuti perkembangan zaman. Radio harus mampu bertransformasi dengan beradaptasi, baik dari segi bisnis maupun cara distribusi program kepada audiens.²⁵ Salah satu hasil dari adaptasi radio tersebut adalah inovasi berupa *triple O*.

Triple O hadir sebagai integrasi konsep distribusi program dan peletakan iklan yang dipandang dari segi *on-air*, *off-air*, dan *online*. *Triple O* dinilai merupakan hasil dari rangkaian evolusi yang dilakukan oleh radio.²⁶ Tiap jenis distribusi memiliki sifat dan karakteristiknya masing-masing. Radio dapat dinyatakan tidak akan hilang, namun berkembang dan mampu beradaptasi dengan zaman. Proses adaptasi ini tidak menghapus fundamental dari radio, namun mendukung radio untuk memiliki sifat sebagai salah satu media massa yang tetap dipilih oleh audiens.²⁷

Radio dikatakan mengalami kesulitan dalam bertahan di era digital seperti sekarang.²⁸ Radio harus mampu menyesuaikan diri dengan berkembang atau berevolusi dan melakukan inovasi agar tetap eksis sebagai suatu media massa yang mengandung unsur bisnis didalamnya.²⁹ Hal tersebut disebabkan karena pendapatan radio dari iklan menurun dan pendengarnya yang beralih ke media yang lebih baru. Media sosial turut meramaikan persaingan keuntungan dengan media massa. Demi mempertahankan eksistensinya, radio harus kreatif dalam memproduksi program siaran yang mampu menarik iklan didalamnya.³⁰ Jumlah pendengar memiliki dampak positif terhadap pendapatan iklan yang diterima media.³¹ Radio sebagai industri media berusaha membuat program dan konten yang menarik dengan tujuan mendapatkan lebih banyak pendengar. Salah satunya dengan mengoptimalkan penerapan *triple O*.

Radio Mercury 96 FM Surabaya dalam program "Rumah UMKM" menerapkan *triple O* sebagai cara mendistribusikan konten. *Triple O* pada program "Rumah UMKM" di Radio Mercury 96 FM Surabaya terbagi menjadi siaran *on-air*, kegiatan *off-air*, dan siaran *online* menggunakan basis *livestreaming* di *website* Mercury dan aplikasi *On-Ears*. Program "Rumah UMKM" menggunakan siaran *on-air* sebagai siaran utama mereka dalam mendistribusikan konten. Kegiatan *off-air* dalam program "Rumah UMKM" berupa kegiatan kepelatihan, demo masak, *cooking class*, kunjungan pabrik atau *factory visit*, dan kegiatan lainnya yang diselenggarakan bersama dengan peserta program. Sedangkan untuk siaran *online*, program "Rumah UMKM" menggunakan *platform website* dan aplikasi yang terintegrasi dengan internet. Siaran *online* ini juga berupa *video livestreaming* di berbagai media sosial milik Radio Mercury 96 FM Surabaya, seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan lain-lain.

Radio Mercury 96 FM Surabaya melakukan komodifikasi konten dengan salah satu penerapannya melalui *triple O*. Radio sebagai media massa diharuskan menjalankan fungsi-fungsi komunikasi massa (informasi, edukasi, persuasi, dan hiburan) dengan optimal sehingga

²⁵ Ismed, Mohammad. 2020. "PERUBAHAN DAN INOVASI MEDIA RADIO DI ERA DIGITAL." *MEDIASI - Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi* 1 (2). Hlm. 1

²⁶ *Ibid.* Hlm. 1

²⁷ *Ibid.* Hlm. 2

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Ismed, Mohammad. *Op cit.* Hlm. 3

³⁰ Asy'ari, Nur Aini Shofiya, and Nurhana Marantika. 2020. "Listenership Sebagai Evaluasi Penerapan Konvergensi Radio." *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 4 (1): 203–19. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.1934>.

³¹ *Ibid.* Hlm. 5

memiliki banyak pendengar setia. Radio Mercury 96 FM Surabaya mengalami peningkatan jumlah peserta kegiatan kepelatihan program “Rumah UMKM” pada *batch* terbaru. Peningkatan tersebut dapat dipengaruhi dari pendengar yang tertarik dengan pesan atau informasi dari cerita perjalanan narasumber dalam siaran, memberikan hasil berupa pendengar siaran mendaftar dan mengikuti program “Rumah UMKM”.

Cerita perjalanan pelaku UMKM mengundang lebih banyak pendengar untuk mengikuti program kepelatihan dalam program “Rumah UMKM”. Peningkatan pendengar dapat dilihat dari adanya peningkatan peserta pelatihan yang semula hanya 7 hingga belasan peserta pada *batch* atau gelombang 1-5. Kemudian menjadi sekitar 20 hingga 50 peserta pada *batch* terbaru (*batch* 13-15). Peningkatan peserta program menjadi bukti bahwa komodifikasi konten pada cerita perjalanan UMKM pada siaran talkshow program “Rumah UMKM” membawa keuntungan bagi Radio Mercury 96 FM Surabaya. Dengan begitu, program “Rumah UMKM” dapat dikatakan sukses karena mampu memberikan respon yang baik dari audiens.³²

Double Jobdesc dan Beban Kerja Lebih Karyawan Program “Rumah UMKM”

Komodifikasi yang bersifat merugikan pekerja media digital diinisiasi dari dampak negatif komersialisasi berlebihan terhadap lingkungan kerja dan konten di era digital. Desakan komodifikasi pada media digital dapat mengakibatkan beban kerja yang tidak seimbang, *deadline* yang ketat, dan harapan konstan dalam memproduksi konten yang atraktif. Tuntutan pekerja media meningkat seiring pesatnya pertumbuhan media. Industri media sering ditemui memberikan tanggung jawab pekerjaan lebih pada satu pekerja. Tujuannya agar industri media tidak perlu membayar dua pekerja untuk melakukan pekerjaan tersebut.³³³⁴

Program “Rumah UMKM” memiliki struktur anggota dalam menjalankan manajemen dan program. Radio Mercury 96 FM memiliki beberapa pekerja didalamnya yang bertugas mengatur jalannya program dan bertahan di era persaingan antar media. Koordinasi sumber daya manusia dilakukan suatu organisasi dengan tujuan memaksimalkan kinerja, peningkatan daya produksi, proses identifikasi kebutuhan sumber daya manusia sesuai dengan distribusi pekerjaan, serta membawa organisasi menuju kesejahteraan.³⁵ Observasi peneliti memandang adanya ketidakseimbangan beban kerja karyawan di Radio Mercury 96 FM pada program “Rumah UMKM”. Peneliti juga tidak menemukan adanya divisi atau tim khusus selain karyawan yang menangani program “Rumah UMKM” di Radio Mercury 96 FM Surabaya.

Rudi Susanto mengonfirmasi bahwa tidak ada divisi khusus untuk menangani program “Rumah UMKM”. Seluruh kegiatan dan produk dari program “Rumah UMKM” dikerjakan oleh karyawan Radio Mercury 96 FM Surabaya. Rudi Susanto mengklaim karena program “Rumah UMKM” masih berupa program yang kecil dan tidak memerlukan banyak karyawan. Hasil tersebut kurang lebih dapat ditafsirkan sebagai: “Seluruh karyawan selain mengerjakan tugas dan kewajibannya pada program lain di Radio Mercury 96 FM Surabaya, juga harus menangani dan mengerjakan tugas dan kewajibannya pada program ‘Rumah UMKM’”. Akibatnya, karyawan Radio Mercury 96 FM memiliki pekerjaan rangkap atau *double jobdesc* pada satu karyawan. Pekerjaan rangkap atau *double jobdesc* memberikan beban tanggung jawab pekerjaan yang berlebih. Hal tersebut dapat terjadi apabila seorang pekerja diserahi tanggung

³² Simamora, Nurhawati, and Florencia Vera J Saragih. 2021. “ANALISA PROSES PRODUKSI PROGRAM SIARAN BERITA DI LPP (LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK) RRI (RADIO REPUBLIK INDONESIA) MEDAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK PENDENGAR.” *Jurnal TEKESNOS* 3 (2): 271–79.

³³ Karren, and Patricia Robin. 2023. “Komodifikasi Asisten Produser Dalam Produksi Konten Podcast Medio By KG Media.” *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JMPIS)* 5 (1): 21–31. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i1>.

³⁴ Shandy, Jhanattan, and Wenats *Op cit.* Hlm. 6

³⁵ Putri, Ganis Aliefiani Mulya, Srirahayu Putri Maharani, and Ghina Nisrina. 2022. “LITERATURE VIEW PENGORGANISASIAN: SDM, TUJUAN ORGANISASI DAN STRUKTUR ORGANISASI.” *JEMSI: JURNAL EKONOMI MANAJEMEN SISTEM INFORMASI* 3 (3): 286–99.

jawab pekerjaan yang semula tidak menjadi lingkup pekerjaan utama atau diluar deskripsi pekerjaan.³⁶ Dugaan tersebut tampak pada peran Rudi Susanto dalam program “Rumah UMKM” yang menjadi *host* serta merangkap menjadi direktur program. Karyawan lain juga menangani pekerjaan karyawan lainnya, terutama saat karyawan tersebut sakit atau berhalangan hadir.

Karyawan program “Rumah UMKM” dituntut memiliki kemampuan mendasar pada berbagai bidang pekerjaan yang ada. Tujuannya agar dapat menggantikan karyawan yang sakit dan berhalangan hadir. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Yola, salah satu karyawan, seluruh karyawan Radio Mercury 96 FM Surabaya diklaim memiliki *multitalent* karena mampu mengerjakan tugas dan pekerjaan pada divisi atau bagian lainnya, diluar pekerjaan utama. Hal tersebut dapat terjadi karena keterbatasan SDM, skala program yang dinilai masih kecil oleh manajemen, dan menyesuaikan anggaran upah pekerja yang ada.

Terdapat ketidakseimbangan beban kerja dengan upah yang diterima. Patokan upah atau gaji para pekerja mengikuti aturan UMR (Upah Minimum Regional) yang ada, terutama di kota Surabaya. Upah yang diberikan kepada karyawan terbilang masih dibawah UMR, namun tidak terlalu jauh dari batas UMR. Rachmawati menyatakan, Upah yang rendah dapat menyebabkan motivasi kerja dan disiplin kerja yang rendah.³⁷ Industri media digital sering mengalami ketidaksesuaian upah untuk para pekerja mereka. Hal tersebut didasari oleh beberapa faktor seperti, regulasi yang minim atau peraturan yang tidak jelas dalam industri media digital. Persaingan ketat antar media digital menyebabkan rendahnya upah yang diterima pekerja agar biaya produksi dapat dikurangi.³⁸ Meski demikian, hasil wawancara peneliti dengan Rudi Susanto memperoleh hasil bahwa seluruh karyawan tidak mengalami kendala yang signifikan terkait upah yang diterima.

Regulasi jam kerja (*office hour*) karyawan harus diperhatikan di Radio Mercury 96 FM Surabaya, khususnya pada program “Rumah UMKM”. Rudi Susanto menjawab bahwa jam kerja karyawan dimulai sejak pukul 6 pagi dan berakhir pada pukul 4 sore. Jam kerja tersebut seringkali melebihi anjuran jam kerja yang disarankan, terutama saat ada kegiatan *off-air* yang berlokasi di luar kota. Kegiatan *off-air* dalam program “Rumah UMKM” meliputi *factory visit*, demo masak, *cooking class*, dan acara kepelatihan bersama beberapa *batch (Grand Class)*.

Rudi Susanto sebagai direktur program di Radio Mercury 96 FM Surabaya mengaku bahwa kondisi bisnis Radio Mercury 96 FM Surabaya saat ini belum membaik. Akibatnya, masih ada *jobdesc* rangkap, lembur atau *overtime*, dan upah dibawah UMR yang dialami oleh karyawan. Keterbatasan jumlah karyawan juga menjadi faktor penyebab adanya *jobdesc* rangkap dan lembur. Hal tersebut menandakan adanya praktik komodifikasi pekerja pada program “Rumah UMKM”. Pekerja dipandang mengerjakan pekerjaan dengan tuntutan yang tinggi, namun tidak diberi kompensasi yang seimbang.³⁹

Karyawan memegang peranan penting dalam kegiatan operasional suatu organisasi. Karyawan atau sumber daya manusia menjadi ujung tombak yang memutuskan keberhasilan pelaksanaan kegiatan suatu organisasi.⁴⁰ Karyawan yang memperoleh apa yang dia inginkan dari suatu organisasi dapat meningkatkan kinerja karyawan tersebut. Organisasi atau perusahaan harus mengerti dan mengenali kebutuhan tiap karyawan agar karyawan dapat

³⁶ Karren and Robin *Op cit.* Hlm. 7

³⁷ Cahyani, Gita Indah. 2023. “PENGARUH MANAJEMEN EVALUASI KINERJA KARYAWAN TERHADAP PRODUKTIVITAS PERUSAHAAN.” *Karimah Tauhid* 2 (5): 1708–13.

³⁸ Karren and Robin *Op cit.* Hlm. 8

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Panjaitan, Mangasa. 2018. “PERAN KETERLIBATAN DAN PARTISIPASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN.” *Jurnal Manajemen* 4 (1): 52–60.

bekerja dengan optimal.⁴¹ Rindy menyatakan, pemenuhan kebutuhan adalah salah satu upaya yang dapat dilakukan agar memberikan motivasi karyawan agar lebih bersemangat dan tangkas dalam bekerja.⁴²

Jumlah karyawan Radio Mercury 96 FM Surabaya dinilai cukup sedikit untuk menjalankan keseluruhan program yang ada, termasuk program “Rumah UMKM”. Karyawan memiliki keinginan agar mampu meraih hasil kerja yang optimal.⁴³ Tiap karyawan dalam program “Rumah UMKM” memiliki peran dan tanggung jawab pekerjaannya masing-masing. Namun karena keterbatasan jumlah karyawan, seringkali tiap karyawan merangkap pekerjaan karyawan lainnya. Lembur atau *overtime* juga sering dialami oleh para karyawan pada program “Rumah UMKM” di Radio Mercury 96 FM Surabaya. Hal tersebut dapat mengakibatkan beban pekerjaan yang cukup tinggi bagi para karyawan didalamnya.

Sumber daya manusia atau karyawan menjadi kunci yang memastikan perkembangan perusahaan.⁴⁴ Apabila karyawan pada suatu organisasi terbatas jumlahnya, maka dapat berpengaruh terhadap pendapatan dan perkembangan suatu organisasi. Keterbatasan karyawan membuat Radio Mercury 96 FM Surabaya melalui program “Rumah UMKM” melakukan komodifikasi pekerja. Komodifikasi pekerja digunakan Radio Mercury 96 FM Surabaya agar dapat bertahan ditengah persaingan antar industri media. Program “Rumah UMKM” memaksimalkan karyawan yang ada agar memperoleh keuntungan.

Komodifikasi pekerja dapat menguntungkan media karena mendapatkan keuntungan dari kontribusi pekerja media. Pratopo menyatakan, Komodifikasi pekerja dapat terjadi melalui peningkatan jam kerja wartawan yang dilakukan dengan menumbuhkan kesadaran khayal bahwa wartawan terbiasa bekerja tanpa batasan waktu yang spesifik.⁴⁵ Hal tersebut dapat terjadi melalui pelimpahan beban kerja yang banyak sehingga tidak dapat dikerjakan dalam jam kerja normal. Selain itu, adanya tugas ganda pada pekerja wartawan juga menjadi salah satu bentuk komodifikasi pekerja. Kedua bentuk tersebut dapat terjadi disebabkan oleh jumlah pekerja yang dibawah kebutuhan ideal.⁴⁶

Pelaku UMKM sebagai Komoditas dalam Program “Rumah UMKM”

Pelaku UMKM di Surabaya yang dicatat oleh Kementerian Koperasi dan UKM 2024 berjumlah sekitar 643.529 yang terdiri dari berbagai bidang dan kategori usaha. Jumlah tersebut bisa lebih banyak lagi mengingat masih banyak UMKM yang belum terdaftar dan terdata secara resmi. Berdasarkan data tersebut, pelaku UMKM memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi. Program “Rumah UMKM” hadir sebagai salah satu sarana pelaku UMKM agar dapat meningkatkan kemampuan dalam manajemen dan analisa usahanya.

Program “Rumah UMKM” mengutamakan kalangan pelaku UMKM sebagai audiens dan juga peserta pada program tersebut. Pemilihan kalangan tersebut didasari pada keunikan dari program media pada Radio Mercury 96 FM Surabaya yang jarang dimiliki oleh media lain, yakni program pembinaan dan informasi bagi kalangan UMKM. Rudi Susanto menuturkan bahwa program ini juga menghasilkan keuntungan (*revenue*) bagi Radio Mercury 96 FM Surabaya. Keuntungan yang diperoleh berasal dari kalangan UMKM yang menjadi peserta program

⁴¹ Chantica, Jessy Angelliza, Regita Cahyani, and Achmad Romadhon. 2022. “PERANAN MANAJEMEN PENGAWASAN-KOMITMEN, PERENCANAAN, KEMAMPUAN KARYAWAN (LITERATURE REVIEW MSDM).” JIMT (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan) 3 (3): 247.

⁴² *Ibid et al.*, hlm. 5

⁴³ Panjaitan *Op cit.* Hlm. 3

⁴⁴ Putri, Maharani, and Nisrina *Op cit.* Hlm. 5

⁴⁵ Sibaweh, Nurdin. 2022. “Tenaga Kerja dalam Kajian Ekonomi Politik Media (Tinjauan atas Pemikiran Vincent Mosco).” PROPAGANDA 2 (2): 135–46. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i2.762>.

⁴⁶ Sibaweh, Nurdin. 2022. “Tenaga Kerja dalam Kajian Ekonomi Politik Media (Tinjauan atas Pemikiran Vincent Mosco).” PROPAGANDA 2 (2): 135–46. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i2.762>.

“Rumah UMKM” dan juga dari program “Rumah UMKM” itu sendiri. Audiens yang dilibatkan pada program dapat mengikat audiens untuk terus menonton program tersebut.⁴⁷

Pemilihan peserta pelatihan pada program “Rumah UMKM” dilakukan dengan membuka pendaftaran dan dilanjutkan dengan tahap *screening*. Setelah *screening*, proses pelatihan dilaksanakan dalam jangka waktu 3,5 bulan. Program pelatihan di “Rumah UMKM” berisi 16 sesi kegiatan. Setelah mengikuti pelatihan tersebut, peserta program “Rumah UMKM” mengikuti ujian yang disertakan didalamnya. Tujuannya adalah agar peserta “Rumah UMKM” dapat memahami dan mengimplementasikan materi yang diajarkan pada usahanya nanti. Menurut pernyataan Rudi Susanto, ujian yang terdapat dalam program “Rumah UMKM” memang tidak memiliki sertifikasi dari ahli atau lembaga yang berwenang. Namun, pihak Radio Mercury mengklaim bahwa hasil ujian tersebut bisa dipertanggungjawabkan secara keilmuan. Kegiatan pelatihan pada “Rumah UMKM” juga memiliki disiplin yang ketat bagi para pesertanya. Seluruh peserta diwajibkan mengikuti rangkaian sesi pelatihan yang ada, bahkan peserta tidak bisa melanjutkan apabila tidak mengikuti kegiatan lebih dari 3 kali.

Program “Rumah UMKM” juga memiliki program acara *talkshow* atau bincang-bincang dengan alumni peserta pelatihan. Narasumber dipilih dari alumni program pelatihan “Rumah UMKM” yang telah lulus. Rudi Susanto menyatakan bahwa narasumber dipilih dari kalangan UMKM yang memiliki prestasi atau bisnis yang sudah cukup mapan. Tujuannya agar pendengar dapat terinspirasi dari narasumber tersebut. Pelaku UMKM tersebut menceritakan ceritanya dalam membangun usaha dan merintis karir dari awal. Peneliti menilai terdapat beberapa alasan dalam pemilihan narasumber tersebut, salah satunya karena kredibilitas usaha dan bobot cerita yang disampaikan tentu akan terdengar lebih menarik.⁴⁸

Pemilihan pelaku UMKM yang cukup mapan dianggap memiliki praktik komodifikasi didalamnya. Hal tersebut didasari oleh peserta yang memiliki usaha yang cukup mapan memiliki pengalaman dan cerita membangun usaha yang lebih menarik dibandingkan pelaku UMKM lainnya. Radio Mercury juga mengundang beberapa UMKM yang memiliki skala usaha yang sudah cukup besar dan memiliki banyak cabang agar dapat menginspirasi pendengar. Pelaku UMKM sebagai narasumber diundang dalam program acara *talkshow* tanpa dipungut biaya. Eksistensi audiens ditandai sebagai tujuan akhir produk media yang diciptakan melalui komodifikasi dari berbagai siaran acara media.⁴⁹ Pendengar atau peserta program menjadi penentu keberhasilan “Rumah UMKM” sebagai salah satu produk media.

Penutup

Radio Mercury 96 FM Surabaya memiliki beberapa komoditas ataupun hal lain yang diperoleh dari program “Rumah UMKM”. Komoditas yang ada dilakukan proses komodifikasi agar pihak media menerima keuntungan. Pihak media melakukan komodifikasi sebagai salah satu upaya mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan dengan media lain. Vincent Mosco memiliki teori analisis komodifikasi yang dipandang dari tiga aspek, yakni komodifikasi isi, pekerja, dan audiens. Komodifikasi isi terdapat pada bagaimana suatu konten atau siaran *talkshow* atau kegiatan lain dalam program “Rumah UMKM” dikemas dalam bentuk yang menarik. Tujuannya adalah audiens dapat menikmati dan loyal pada siaran serta menarik minat pihak pengiklan. Program “Rumah UMKM” menerapkan *triple O* sebagai integrasi dengan teknologi untuk melaksanakan siaran, sekaligus mencari keuntungan melalui komodifikasi

⁴⁷ Seran and Jelahun *Op cit.* Hlm. 7

⁴⁸ Hilmi, Mustofa, M Alfandi, and Sefdha Prisdyananti. 2022. “Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Semarang Communication Strategy of Educational and Dakwah Community Radio in Maintaining Existence in Semarang Sefdha Prisdyananti.” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 8 (2): 127–45.

⁴⁹ Seran and Jelahun *Op cit.* Hlm. 8

konten didalamnya. Komodifikasi pekerja memandang bagaimana pekerja yang terdapat dalam program “Rumah UMKM” dimanfaatkan untuk meraih keuntungan. Dalam pelaksanaannya, terdapat usaha manajemen Radio Mercury 96 FM Surabaya dalam mempertahankan budaya atau lingkungan kerja yang sehat dan nyaman agar pekerja tetap setia bekerja di dalamnya. Sedangkan, komodifikasi audiens memandang audiens sebagai komoditas utama media untuk diubah menjadi *rate* atau *review*. Hasil konversi audiens tersebut dijual kepada pihak pengiklan agar pihak media memperoleh keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariska, Yogi, Syaefudin, and Rosmaniah. 2021. “KOMODIFIKASI ODGJ PADA KANAL YOUTUBE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI POLITIK DI MEDIA BARU.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8 (1): 65–76.
- Arliadini, Dias, and Nova Yuliati. 2022. “Hubungan Kualitas Program Siaran Dengan Aspek Kognitif Pendengar Radio.” *Bandung Conference Series: Public Relations* 2 (2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3631>.
- Asy'ari, Nur Aini Shofiya, and Nurhana Marantika. 2020. “Listenership Sebagai Evaluasi Penerapan Konvergensi Radio.” *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 4 (1): 203–19. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.1934>.
- Audina, Zahara, and Rika Ifati Fariha. 2022. “KOMODIFIKASI KONTEN MEDIA PENYIARAN : ANALISIS EKONOMI POLITIK PADA MEDIA MASSA MNC GROUP.” *INTELEKTIVA* 3 (5): 99–105.
- Cahyani, Gita Indah. 2023. “PENGARUH MANAJEMEN EVALUASI KINERJA KARYAWAN TERHADAP PRODUKTIVITAS PERUSAHAAN.” *Karimah Tauhid* 2 (5): 1708–13.
- Chantica, Jessy Angelliza, Regita Cahyani, and Achmad Romadhon. 2022. “PERANAN MANAJEMEN PENGAWASAN-KOMITMEN, PERENCANAAN, KEMAMPUAN KARYAWAN (LITERATURE REVIEW MSDM).” *JIMT (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan)* 3 (3): 247.
- Febriyanti, Nur Ruli, and Andi Faisal Bakti. 2017. “KECENDERUNGAN KOMODIFIKASI DAN SPASIALISASI PADA TRANSMEDIA.” *CoverAge: Journal of Strategic Communication* 7 (2): 1–17.
- Hadi, Ido Prijana. 2020. “Radio Siaran Interaktif Dan Layanan Publik.” In *Radio Siaran Interaktif Dan Layanan Publik*, 1st ed., 1:31–31. Pasuruan: Qiara Media.
- Haryono, Cosmas Gatot. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Edited by Dewi Esti Restiani. 1st ed. Vol. 1. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hilmi, Mustofa, M Alfandi, and Sefdha Prisdianti. 2022. “Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Semarang Communication Strategy of Educational and Dakwah Community Radio in Maintaining Existence in Semarang Sefdha Prisdianti.” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 8 (2): 127–45.
- Ibrahim, Subandy Idi, and Bachruddin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi*. 1st ed. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ismed, Mohammad. 2020. “PERUBAHAN DAN INOVASI MEDIA RADIO DI ERA DIGITAL.” *MEDIASI - Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi* 1 (2).
- Kansong, Usman. 2009. *Ekonomi Media: Pengantar Konsep Dan Aplikasi*. Edited by Risman Sikumbang. 1st ed. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Karren, and Patricia Robin. 2023. “Komodifikasi Asisten Produser Dalam Produksi Konten Podcast Medio By KG Media.” *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JMPIS)* 5 (1): 21–31. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i1>.

- Kustiawan, Winda, Alya Hamzah Panggabean, Ika Sartika, Tris Supriadi, Irma Yanti Lubis, Yughni Faidah, and Muhammad Harmain. 2023. "Program Siaran Radio." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3 (2): 3192–3202.
- Miles, Matthew B., A. M. Huberman, and Johnny Saldaña. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. <https://books.google.co.id/books?id=p0wXBAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PA14#v=onepage&q&f=false>.
- Nursalim, Za'im Aqil, Nurfayza Albayanah, and Muhammad Rafli. 2024. "KARAKTERISTIK NASKAH SIARAN UNTUK PLATFORM DIGITAL: STUDI KASUS PADA PODCAST PWK EPISODE 'PWK - MENTAL DR. TIRTA TURUN, GARA-GARA VIDEO MARAH-MARAH DILIHAT & DITIRU SAMA ANAKNYA!'" *Jurnal Multidisiplin Inovatif* 8 (July):190–95. <https://sejurnal.com/pub/index.php/jmi/article/view/3707>.
- Nursyam, Ramadhani. 2018. "Strategi Badan Penelitian Dan Pengembangan Provinsi Riau Dalam Mengembangkan Kebijakan Sistem Inovasi Daerah (SIDa)." *Administrasi Publik*, Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- Panjaitan, Mangasa. 2018. "PERAN KETERLIBATAN DAN PARTISIPASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN." *Jurnal Manajemen* 4 (1): 52–60.
- Putri, Ganis Aliefiani Mulya, Srirahayu Putri Maharani, and Ghina Nisrina. 2022. "LITERATURE VIEW PENGORGANISASIAN: SDM, TUJUAN ORGANISASI DAN STRUKTUR ORGANISASI." *JEMSI: JURNAL EKONOMI MANAJEMEN SISTEM INFORMASI* 3 (3): 286–99.
- Razaq, Abd, Islahuddin, and Abdul Khakim. 2022. "Komodifikasi Konten Berbagi Uang Dalam Akun Youtube Baim Paula." *Al-Hikmah* 20 (1): 1–20.
- Rustandi, Ridwan. 2018. "Analisis Wacana Kritis Komodifikasi Daí Dalam Program Televisi." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2 (2): 179–202. <https://doi.org/10.15575/cjik.xxix.xxx>.
- Sartika, and Jauhar Wahyuni. 2023. "Strategi Program Good Morning Hard Rockers Show Untuk Meningkatkan Jumlah Pendengar (Studi Kasus Pada Hard Rock FM Surabaya) Sartika." *The Commercium* 06 (3): 112–25.
- Seran, Herman Elfridus, and Felisianus Efrem Jelahun. 2023. "Komodifikasi Konten Dan Khalayak: Kajian Ekonomi Politik Media Pada Program Acara Indonesian Idol." *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science* 5 (1): 12–20. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v5i1.2676>.
- Shandy, Rahardian, Mohammad Jhanattan, and A.G Eka Wenats. 2020. "Komodifikasi Pekerja Lepas Di Industri Media Online: Pemanfaatan Community Writers Oleh Idntimes.Com." *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* 9 (2): 74. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3219>.
- Sibaweh, Nurdin. 2022. "Tenaga Kerja dalam Kajian Ekonomi Politik Media (Tinjauan atas Pemikiran Vincent Mosco)." *PROPAGANDA* 2 (2): 135–46. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i2.762>.
- Simamora, Nurhawati, and Florencia Vera J Saragih. 2021. "ANALISA PROSES PRODUKSI PROGRAM SIARAN BERITA DI LPP (LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK) RRI (RADIO REPUBLIK INDONESIA) MEDAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK PENDENGAR." *Jurnal TEKESNOS* 3 (2): 271–79.