

Ekonomi Politik Media dalam Pemberitaan BRICS pada The Jakarta Post Model Vincent Mosco

Moch Krisna Pambudi Utomo^{1*}, Masnia Ningsih², Moch Icdah Asyarin Hayau Lailin³

¹⁻³Univeritas Islam Majapahit, Indonesia

Jl. Raya Jabon No.KM.0,7, Gayaman, Kec. Mojoanyar, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, Indonesia

Korespondensi penulis: krisna3625@gmail.com*

Abstract. *The global economic crisis has prompted developing countries, including the BRICS group (Brazil, Russia, India, China, and South Africa), to strengthen cooperation in creating a multipolar economic order as a form of resistance to Western domination. Mass media plays a crucial role in framing this dynamic. This study aims to examine how The Jakarta Post constructs the BRICS narrative through three main dimensions in Vincent Mosco's Political Economy of Communication theory: commodification, spatialization, and structuring. This study uses a descriptive qualitative approach, with data collection techniques in the form of documentation and analysis of news published in The Jakarta Post between June 18, 2024, and January 31, 2025. Data were categorized based on the type of information and main themes, then analyzed using Mosco's theoretical concepts. The results show that the commodification process occurs when geopolitical issues, such as Indonesia's opportunity to join BRICS, are transformed into media commodities appealing to elite readers and strategic economic actors. This practice also involves the contribution of experts, but often without equitable compensation. Spatialization is reflected in the real-time distribution of digital content that transcends geographical and temporal boundaries, strengthening the penetration of BRICS discourse into the international public sphere. Structuralization emerges in the narrative of building a new world order through BRICS agendas such as dedollarization, technological integration, and alternative payment systems, although it remains overshadowed by the dominance of Western financial institutions. Thus, media coverage not only represents geopolitical dynamics but also transforms strategic issues into information products with economic value, while revealing the tension between the aspirations of developing countries and established global hegemony.*

Keywords: BRICS, Media, Political Economy of Communication, The Jakarta Post, Vincent Mosco

Abstrak. Krisis ekonomi global telah mendorong negara-negara berkembang, termasuk kelompok BRICS (Brasil, Rusia, India, Tiongkok, dan Afrika Selatan), untuk memperkuat kerja sama dalam menciptakan tatanan ekonomi multipolar sebagai bentuk perlawanan terhadap dominasi Barat. Media massa memainkan peran penting dalam membingkai dinamika ini. Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana The Jakarta Post mengonstruksi narasi BRICS melalui tiga dimensi utama dalam teori Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco, yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan analisis berita yang dipublikasikan di The Jakarta Post dalam periode 18 Juni 2024 hingga 31 Januari 2025. Data dikategorikan berdasarkan jenis informasi dan tema utama, kemudian dianalisis menggunakan konsep-konsep teori Mosco. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komodifikasi terjadi ketika isu geopolitik, seperti peluang Indonesia bergabung dengan BRICS, diubah menjadi komoditas media yang menarik bagi kalangan pembaca elit dan aktor ekonomi strategis. Praktik ini turut melibatkan kontribusi para pakar, namun sering kali tidak diimbangi dengan kompensasi yang adil. Spasialisasi tercermin dari distribusi konten digital secara real-time yang melampaui batas geografis dan temporal, memperkuat penetrasi wacana BRICS ke ruang publik internasional. Strukturalisasi muncul dalam narasi pembangunan tatanan dunia baru melalui agenda BRICS seperti dedolarisasi, integrasi teknologi, dan sistem pembayaran alternatif, meskipun tetap dibayangi oleh dominasi institusi keuangan Barat. Dengan demikian, liputan media tidak hanya merepresentasikan dinamika geopolitik, tetapi juga mengubah isu-isu strategis menjadi produk informasi yang memiliki nilai ekonomi, sembari mengungkap ketegangan antara aspirasi negara-negara berkembang dan hegemoni global yang telah mapan.

Kata kunci: BRICS, Media, Ekonomi Politik Komunikasi, The Jakarta Post, Vincent Mosco

1. LATAR BELAKANG

Krisis ekonomi global mendorong negara-negara BRICS (Brasil, Rusia, India, Tiongkok, dan Afrika Selatan) untuk meningkatkan kerja sama di berbagai bidang, termasuk perdagangan, investasi, dan keuangan. Mereka berupaya mengurangi ketergantungan pada dolar AS dan sistem keuangan yang didominasi Barat dengan memulai penggunaan mata uang lokal dalam perdagangan bilateral dan mendirikan Bank Pembangunan Baru sebagai alternatif lembaga keuangan internasional yang ada.

BRICS muncul di tengah pertumbuhan ekonomi yang lambat yang dialami negara-negara anggota G-8. G8 terdiri dari delapan negara maju: Prancis, Jerman, Italia, Jepang, Inggris, Amerika Serikat, Kanada, dan Uni Eropa. Rusia juga merupakan anggota, tetapi tidak sepenuhnya berpartisipasi dalam organisasi G8 (Alfiyah et al., 2024)

BRIC pertama kali digunakan oleh ekonom Goldman Sachs, Jim O'Neill, untuk menggambarkan empat negara yang, jika pertumbuhannya berkelanjutan, dapat mendominasi ekonomi global pada tahun 2050. Perwakilan negara-negara BRIC pertama kali bertemu secara informal pada pertemuan Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tahun 2006 (Kenny, 2025). Kemudian BRIC berganti nama menjadi BRICS setelah Afrika Selatan bergabung menjadi anggota. Forum BRICS adalah entitas kooperatif global non-formal yang terdiri atas lima negara berstatus Emerging Market Economy (EME) dengan laju pertumbuhan ekonomi pesat, yakni Brasil, Rusia, India, Tiongkok, dan Afrika Selatan (Aishwarya Dabhade, 2022), Meskipun pertemuan-pertemuan BRIC awal terutama berfokus pada peluang investasi, BRICS kemudian bertransformasi menjadi blok geopolitik yang bertujuan memperkuat suara negara-negara berkembang (BBC, 2024). Negara-negara BRICS yang sebagian merupakan negara berkembang, perekonomian negara tersebut bergantung pada sektor agriculture (Kusuma, M., & Wijaya, 2023). Pada awal abad ke-21, ketidakpuasan terhadap dominasi negara-negara Barat di lembaga keuangan internasional, seperti Dana Moneter Internasional (IMF) dan Bank Dunia, semakin meningkat (Larasati, 2024).

Urgensi di balik pembentukan BRICS didorong oleh keinginan untuk menciptakan tatanan ekonomi global yang lebih multipolar dan mengurangi dominasi negara-negara Barat. Negara-negara anggota BRICS memiliki populasi yang signifikan, mencakup sekitar 40% populasi dunia, dan kontribusi mereka terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) global terus meningkat (Glauben & Duric, 2024). Pada tahun 2022, BRICS akan menguasai 31,5% ekonomi global, dibandingkan dengan hanya 30% untuk G7 (Prasetyantoko, 2023). Lebih lanjut, BRICS berupaya memperkuat peran negara-negara berkembang dalam pengambilan keputusan global dan mereformasi lembaga-lembaga internasional seperti IMF dan Bank

Dunia. Mereka juga menekankan pentingnya kerja sama di bidang infrastruktur, energi, dan teknologi untuk mendukung pembangunan berkelanjutan di negara-negara anggota. Dengan membangun strategi kemitraan, BRICS bertujuan untuk meningkatkan daya tawar kolektif dalam negosiasi internasional dan menciptakan mekanisme kerja sama yang lebih adil, lebih inklusif, dan berkelanjutan. Hal ini mencerminkan pentingnya negara-negara berkembang memiliki platform yang dapat mewakili kepentingan mereka dalam tatanan ekonomi global yang terus berubah.

Seiring berjalannya waktu, BRICS telah mengadopsi inisiatif kebijakan utama, yaitu mendirikan Bank Pembangunan mereka sendiri untuk bersaing dengan Dana Moneter Internasional (IMF) dan Bank Dunia. Bagi Rusia, dimasukkannya rencana bank tersebut pada KTT BRICS ke-6 di Brasil merupakan peluang signifikan untuk meningkatkan kemandirian ekonominya dari dominasi Barat. Instrumen kebijakan keuangan utama yang terkait dengan Bank Pembangunan Baru (NDB) adalah Contingent Reserve Arrangement (CRA) (Toussaint, 2024). Dibentuk pada tahun 2015, fungsi utama CRA adalah memberikan bantuan keuangan kepada negara-negara anggota yang menghadapi masalah Biaya Operasional (BoP) atau mengalami tekanan likuiditas jangka pendek (Efsas, 2023). Rusia adalah acuan bagi perkembangan BRICS yang semakin bersinar. Kemudian, kekuatan anggota BRICS dapat dilihat dari PDB yang didapat, menunjukkan bahawa lima negara BRICS ini mampu menyumbang 11 triliun PDB, berbanding 4 triliun lebih banyak AS dengan 15 triliun (Idris et al., 2022).

Negara-negara adidaya, terutama Amerika Serikat dan sekutunya, mulai khawatir dengan semakin besarnya pengaruh BRICS yang dapat menantang dominasi mereka dalam tatanan ekonomi dan politik global. Kekhawatiran ini terutama terkait dengan upaya BRICS untuk mengurangi ketergantungan terhadap dolar AS dalam perdagangan internasional dan menciptakan sistem pembayaran baru. Amerika Serikat telah menyatakan sikapnya mengenai upaya BRICS untuk de-dolarisasi, dengan ancaman dampak ekonomi. Ketegangan tersebut dapat meningkat menjadi konflik ekonomi yang lebih luas, yang dapat mengancam kohesi dan tujuan aliansi tersebut. Reaksi negara-negara seperti Uni Eropa dan AS, yang berusaha mempertahankan dominasinya dalam tatanan global, tidak boleh diremehkan. Tekanan ekonomi dalam bentuk diskriminasi terhadap anggota BRICS, atau kendali atas akses ke pasar global, dapat melumpuhkan kapasitas kolektif anggota BRICS (Hermawan, 2025). Faktor geopolitik lebih menentukan ketimbang diskursus keanggotaan OECD Indonesia, karena komunitas finansial global (utamanya G7 dan OECD) mempersepsikan orientasi perdagangan terbuka dan relasi ekonomi asymmetris Indonesia-China (Intan, 2024).

Kemunculan isu BRICS sering kali menjadi headline di media massa Indonesia karena isu ini berdampak langsung terhadap perekonomian nasional. Di tengah ketidakpastian global, pemberitaan BRICS memberikan gambaran kemungkinan perubahan tatanan perekonomian internasional yang pada akhirnya mempengaruhi kebijakan dalam negeri. Media massa Indonesia memanfaatkan isu BRICS untuk menarik perhatian publik karena narasinya menawarkan dimensi konflik antara kekuatan global lama dan baru. Hal ini menimbulkan rasa penasaran di kalangan pembaca yang ingin memahami bagaimana dinamika geopolitik mempengaruhi perekonomian nasional. Selain itu, pemberitaan BRICS mengandung unsur kontroversial seperti pergeseran kekuasaan dan model ekonomi alternatif yang sangat relevan dengan perkembangan politik dan ekonomi di Indonesia. Sehingga, isu ini selalu menjadi topik hangat dalam wacana publik. Misalnya, The Jakarta Post cenderung menggunakan bahasa analitis dan global, menyajikan data statistik dan kutipan dari para ahli ekonomi untuk menggambarkan pentingnya BRICS dalam tatanan internasional.

Kebaruan penelitian ini terletak pada liputan BRICS The Jakarta Post, di tengah dinamika global seputar keanggotaan Indonesia didalam BRICS. Penelitian ini mengkaji sejauh mana komodifikasi konten, komodifikasi audiens, komodifikasi pekerja, spasialisasi, dan strukturasi pada pemberitaan BRICS dalam The Jakarta Post, yang pada akhirnya menarik investor dan pemodal. Meskipun beberapa penelitian telah mengeksplorasi ekonomi politik media Vincent Mosco, belum ada yang secara khusus mengkaji hubungan antara liputan BRICS The Jakarta Post dan pendekatan ekonomi politik Vincent Mosco.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana media mengkomodifikasi pemberitaannya sebagai langkah strategis. Urgensi penelitian ini terletak pada penjelasan praktik ekonomi politik yang melekat dalam liputan BRICS The Jakarta Post tanggal 18 Juni 2024 sampai 31 Januari 2025.

2. KAJIAN TEORITIS

Dalam penelitian ini, kerangka teoretis yang digunakan adalah teori Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco. Inti teori ini adalah mempelajari hubungan sosial (utamanya kekuasaan) yang saling terhubung sepanjang proses produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya, termasuk sumber daya komunikasi. Dalam ekonomi politik media, surat kabar, buku, video, film, khalayak, dianggap sebagai sumber daya utama (Mosco, 2009, p. 24). Ekonomi politik juga mengkaji nilai tukar antara fungsi dan utilitas. Ekonomi politik komunikasi digunakan sebagai bisnis media.

Dahulu, korporasi yang bergerak di industri komunikasi, berpusat di satu negara dan bergerak di seluruh dunia sebagai kekuatan eksternal. Kini, mereka semakin terintegrasi ke dalam struktur masyarakat hingga seringkali sulit menentukan negara asal atau kewarganegaraan mereka. Beroperasi sebagai pemilik, mitra, dan dalam aliansi strategis dengan perusahaan-perusahaan yang berbasis di negara tuan rumah, mereka telah menggeser ekonomi politik dari sekadar membahas kekuatan perusahaan multinasional menjadi membahas kebangkitan ekonomi transnasional di seluruh dunia (Mosco, 2009, p. 107).

Dalam pandangan Vincent Mosco, industri komunikasi dapat melakukan ekspansi lintas batas negara melalui leverage kekuatan dan kekuasaannya, sehingga berhasil memonopoli pangsa pasar di wilayah target (Mosco, 2009, p. 158). Kolaborasi strategis antara perusahaan asing dengan pemerintah, pelaku bisnis domestik, investor, serta pemangku kepentingan lokal dalam industri komunikasi memungkinkan fenomena ini. Di sisi lain, masyarakat di negara sasaran kerap kali tanpa disadari mengalami bias kognitif, menganggap produk impor tersebut sebagai produksi dalam negeri. Kendati demikian, selama produk tersebut mampu menjawab kebutuhan konsumen di sektor komunikasi, ia akan tetap terserap dengan baik oleh pasar.

Dalam perspektif ekonomi politik media, investasi kapital menjadi isu sentral. Media dioperasikan oleh pemodal sebagai sarana pencarian keuntungan, dan keuntungan tersebut dialokasikan kembali untuk ekspansi bisnis media. Proses akumulasi ini pada gilirannya memperkuat dominasi kepemilikan media. Produksi konten media sendiri dilakukan oleh karyawan yang dipekerjakan oleh investor tersebut. Untuk memahami lebih lanjut tentang bagaimana media memproduksi dan mendistribusikan konten untuk menciptakan nilai ekonomi, Vincent Mosco menawarkan tiga konsep untuk mendekati hal ini: komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi (Mosco, 2009, p. 139). Komodifikasi merujuk pada konversi barang, jasa, serta nilai gunanya menjadi komoditas yang diberi nilai tukar di pasar. Sementara itu, spesialisasi mengukur kemampuan media mendistribusikan produknya ke audiens dalam batasan ruang-waktu. Dalam kerangka ini, struktur kelembagaan media memengaruhi kapasitasnya memenuhi kebutuhan jaringan dan kecepatan distribusi konten kepada publik. Strukturisasi merujuk pada keterkaitan antara gagasan, aktor sosial, proses sosial, dan praktik sosial dalam kerangka analisis struktural. Proses ini dapat dipahami sebagai mekanisme timbal balik di mana struktur sosial direproduksi oleh agen-agen sosial, sementara setiap komponen struktur tersebut memiliki kapasitas untuk memfasilitasi fungsi komponen lainnya. Akibatnya, terciptalah relasi sosial dan pola kekuasaan yang terorganisasi di antara berbagai kategori sosial (seperti kelas, gender, ras, dan gerakan sosial) dalam sebuah jaringan yang saling bergantung.

Commodification (komodifikasi) adalah upaya mengubah sesuatu menjadi komoditas atau barang dagangan sebagai sarana untuk mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain, komodifikasi adalah perubahan nilai guna menjadi nilai tukar. Spasialisasi berkaitan dengan proses mengatasi, atau lebih tepatnya, transformasi, keterbatasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Keinginan media massa untuk mengurangi hambatan ruang dan waktu agar dapat menjangkau khalayak dengan cepat dan luas. Strukturisasi adalah proses di mana struktur dibentuk di luar agensi manusia, bahkan sebagai "medium" konstitusi tersebut (sebuah proses di mana struktur dibangun di luar agensi manusia, bahkan sebagai "medium" konstitusi tersebut) (Mosco, 2009, p. 185).

Perspektif ekonomi politik menurut Vincent Mosco, ada tiga tahapan yang dapat digunakan untuk mengungkap rahasia media massa: komodifikasi, spasialisasi, dan struktur. Komodifikasi adalah upaya yang dilakukan media massa untuk mengubah segala sesuatu menjadi alat penghasil laba. Penjelasannya menyebutkan komodifikasi konten, audiens, dan pekerja. Komodifikasi konten dilakukan untuk menarik perhatian pemirsa, sehingga berkaitan dengan bagaimana konten tersebut digunakan untuk penempatan iklan (karena banyaknya pemirsa yang mengikuti suatu program), sehingga memicu aktivitas ini untuk menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dan komodifikasi pekerja yang berhubungan dengan bagaimana pekerja dimanfaatkan oleh pemangku kepentingan media.

Selanjutnya adalah spasialisasi, yaitu upaya yang dilakukan pemilik media untuk mengatasi jarak dan waktu dengan menggunakan teknologi untuk memaksimalkan pekerjaan guna meningkatkan laba. Integrasi horizontal, yaitu upaya perusahaan untuk memperluas bisnisnya di berbagai sektor, dan integrasi vertikal, yaitu kontrol yang dilakukan pemilik media terhadap anak perusahaannya untuk menyelaraskan ideologi kerja mereka (Mosco, 2009, p. 15). Strukturisasi, di sisi lain, merupakan kelanjutan dari integrasi vertikal dalam spasialisasi, tetapi lebih berfokus pada agen dan struktur Giddens, yang saling memengaruhi aktivitas produksi media massa karena perbedaan akses antara pekerja dan pemilik modal, sehingga menentukan kekuatan siapa yang berpengaruh dalam bekerja. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis merupakan respons terhadap paradigma positivis, yang berawal dari subjek yang bermakna dan memberikan makna pada realitas tersebut.

Penelitian terdahulu oleh (Istighfarin & Yuliani, 2020) studi ini membuktikan teori Mosco bahwa "Relasi kuasa pemilik media" mendistorsi peran media sebagai pilar demokrasi. MNC Group menjadi contoh nyata bagaimana konglomerasi media mengkomodifikasi konten, audiens, dan pekerja untuk memperkuat dominasi ekonomi-politik pemiliknya.

Selain itu, penelitian oleh (Prakoso, 2022), infotainment di Indonesia telah dikomodifikasi oleh pemilik media sebagai alat kapitalisme melalui tiga fase ekonomi politik Vincent Mosco: komodifikasi (mengubah konten, audiens, dan pekerja menjadi komoditas profit), spesialisasi (memanfaatkan teknologi untuk menjangkau khalayak luas), dan strukturasi (relasi kuasa pemodal vs. pekerja). Penelitian menekankan perlunya pengawasan ketat dari lembaga seperti KPI dan kesadaran kritis audiens.

Berdasarkan teori-teori yang telah diuraikan, pengkomodifikasian yang dilakukan oleh pemangku the jakarta post sesuai dengan implementasi teori vincent mosco yang bertujuan untuk mengkomodifikasi konten, audiens, dan pekerja untuk memperkuat dominasi ekonomi-politik pemiliknya dari sisi spesialisasi dan strukturasi menunjukkan bagaimana media mengubah realitas geopolitik menjadi aset ekonomi.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan kajian yang digunakan ialah pendekatan kualitatif dengan jenis kajian deskriptif. Menurut (Cresswell, 2018), Sebagai metode penelitian, pendekatan kualitatif berfokus pada penggalian pemahaman mendalam tentang masalah sosial/kemanusiaan. Tujuannya adalah mendeskripsikan fenomena secara akurat melalui prosedur terstruktur yang menghasilkan data naratif. Secara sistematis, metode ini menggabungkan tahap pengumpulan data, analisis interpretatif, dan pelaporan deskriptif berbasis sumber sekunder termasuk bahan dokumenter seperti berita, literatur, dan publikasi ilmiah. Desain penelitian kualitatif ini bertujuan menyusun perspektif komprehensif melalui eksplanasi multisumber, meliputi bahan pustaka seperti jurnal, buku, dan artikel. Studi ini menganalisis pengaruh konfigurasi kepemilikan media terhadap konstruksi narasi berita BRICS melalui lensa ekonomi politik media Vincent Mosco.

Dalam penelitian salah satu hal penting adalah teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi participant, wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan gabungan ketiganya atau triangulasi (Hardani, S.Pd.,M.Si., 2020). penghimpunan berita dilakukan secara sistematis dan terstruktur mulai dari tanggal 18 Juni 2024-31 Januari 2025. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung pemberitaan tentang BRICS di kanal berita ekonomi-politik.

Analisis data dilakukan menggunakan model Creswell. Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif akan dianalisis. Menurut (Cresswell, 2018) ada 6 langkah untuk menganalisis data secara kualitatif, sebagai berikut: Tahap pertama diawali dengan pengumpulan data mentah seperti transkrip, dokumen, gambar. Dilanjutkan dengan tahap

kedua dimana data mulai diorganisasikan, untuk transkrip dapat dicatat dalam bentuk tulisan, untuk foto dapat diberi label, dan seterusnya. Pada tahap ketiga adalah proses pembacaan data secara keseluruhan yang akan membantu dalam proses keempat dimana data akan dipisahkan menurut kategori dan jenis informasinya. Pada tahap kelima, data mulai dicocokkan dengan teori yang ada dan pada tahap keenam akan menjelaskan data dengan teori yang sesuai.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis mendalam mengenai komodifikasi yang dilakukan oleh The Jakarta Post dalam pemberitaan BRICS yang menawarkan unsur geopolitik, multipolar dan ketegangan politik global. Data dikumpulkan melalui kanal ekonomi-politik pada The Jakarta Post dengan rentang berita 18 Juni- 31 Januari 2025. Menghasilkan total berita 27 kemudian direduksi menjadi 25 berita yang dijadikan sumber data. Berita yang sudah direduksi kemudian digunakan sebagai sumber data primer untuk analisis. Sedangkan data sekunder didapatkan dari mencari referensi berupa buku dan tulisan lain yang berkaitan dengan penelitian. Berikut adalah pembahasan rinci berdasarkan lima indikator utama dari teori ekonomi politik media Vincent Mosco:

Komodifikasi Konten

Berdasarkan berita yang dihimpun The Jakarta Post, kaitannya dengan teori komodifikasi Vincent Mosco terlihat jelas dari bagaimana keanggotaan Indonesia di BRICS dan dinamika geopolitiknya ditransformasikan menjadi semacam "barang" yang bernilai strategis. Menurut Mosco, komodifikasi terjadi ketika nilai fundamental suatu hal (seperti kerja sama internasional) dapat ditransformasikan menjadi mata uang (iklan) yang bisa diperdagangkan. Dalam konteks ini, bergabung dengan BRICS bukan sekadar kerja sama ekonomi, melainkan aset berharga yang memperkuat posisi Indonesia di panggung global. Keanggotaan ini memberikan pandangan kekuatan ekonomi baru, akses ke pasar yang lebih luas, dan nilai tawar dalam hubungan dengan negara-negara besar seperti Amerika Serikat. Pernyataan diplomatik bahwa hubungan dengan AS tidak akan terganggu juga mencerminkan upaya untuk mengelola nilai hubungan ini guna menjaga stabilitas dan profitabilitas di tengah perubahan kebijakan luar negeri.

Lebih lanjut, tindakan diplomatik seperti kunjungan Presiden Prabowo ke India dan ungkapan terima kasihnya atas dukungan BRICS juga menunjukkan proses komodifikasi ini. Kunjungan dan pernyataan resmi ini berfungsi sebagai transaksi simbolis untuk membangun dan memelihara kemitraan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai kerja sama kedua negara di kancah internasional. Media, dalam hal ini The Jakarta Post, berperan dengan mengemas

kebijakan luar negeri dan dinamika geopolitik sebagai komoditas informasi yang dikonsumsi publik. Laporan yang membandingkan pendekatan berbagai pemerintah atau mempertanyakan kejelasan arah kebijakan luar negeri Indonesia mengubah kompleksitas politik menjadi narasi yang laku untuk menarik pembaca. Bahkan potensi kerja sama di bidang strategis seperti antarksa dalam kerangka BRICS digambarkan sebagai peluang untuk menciptakan mata uang baru dalam bentuk teknologi dan prestise nasional. Intinya, media dan aktor politik bersama-sama mengubah realitas geopolitik menjadi aset dan narasi strategis yang bernilai di kancah global.

Kemunculan tatanan multipolar yang digambarkan dalam laporan-laporan ini menciptakan "pasar geopolitik" baru di mana hubungan dan pengaruh internasional dikomodifikasi. Ketika kekuatan global terdistribusi di antara banyak kutub (seperti BRICS), aliansi dan kerja sama menjadi komoditas strategis yang diperebutkan. Misalnya, upaya Rusia untuk membentuk aliansi AI dengan BRICS bukan sekadar kerja sama teknologi, melainkan penciptaan aset yang dapat dipertukarkan untuk meningkatkan pengaruh di panggung global. Demikian pula, keanggotaan Indonesia di BRICS, yang disebut-sebut mampu membentuk kembali tatanan hukum global, dikemas sebagai komoditas premium dan akses, yang memberikan nilai tambah berupa kapasitas negosiasi dan legitimasi terhadap Barat. Dalam konteks multipolar, setiap kemitraan (seperti upaya BRICS untuk membangun hubungan global di era Trump) menjadi "barang" yang nilainya ditentukan oleh kemampuannya memberikan keuntungan strategis.

Opsi diplomatik sebagai komoditas dan peran media mengkonsep "kekuatan opsi" dalam multipolaritas secara langsung mencerminkan logika komodifikasi Mosco. Opsi diplomatik (seperti kemampuan suatu negara untuk bersekutu dengan berbagai blok) diubah menjadi komoditas yang dapat diperdagangkan untuk memaksimalkan keuntungan. Setiap hubungan internasional baik dengan AS, BRICS, maupun aliansi AI memiliki "nilai tukar" yang diukur berdasarkan manfaat ekonomi, teknologi, atau politik yang dihasilkan. Media memainkan peran krusial dalam proses ini, seperti yang terlihat dalam tajuk utama "*Beyond BRICS Rhetoric*" atau analisis pembentukan tatanan dunia baru. Liputan ini mengemas kompleksitas geopolitik ke dalam narasi yang disederhanakan dan "menjualnya" kepada publik sebagai komoditas informasi. Dengan demikian, pergeseran multipolar tidak hanya mendefinisikan ulang kekuatan global tetapi juga mengubah diplomasi dan kebijakan luar negeri menjadi aset yang dihargai, dikelola, dan diperdagangkan di "pasar" hubungan internasional.

Ketegangan politik sebagai alat negosiasi, komoditas ketegangan geopolitik dalam pemberitaan The Jakarta Post, seperti ancaman tarif Trump terhadap BRICS, dukungan Indonesia untuk Palestina, atau peringatan Malaysia tentang gangguan rantai pasokan semikonduktor, menunjukkan bagaimana konflik politik diubah menjadi alat transaksional. Menurut Mosco, komodifikasi terjadi ketika isu-isu politik (nilai guna) direduksi menjadi "mata uang" yang dapat dipertukarkan. Misalnya, "Trump threatens 100% tariff on BRICS" terhadap BRICS bukan sekadar kebijakan proteksi saja, melainkan strategi untuk mempertahankan dominasi dolar AS sebagai "komoditas keuangan" yang menghasilkan keuntungan global. Demikian pula, deklarasi perdamaian yang dilakukan oleh Modi kepada Putin atau dukungan Indonesia untuk Palestina di forum BRICS berfungsi sebagai komoditas diplomatik yang dipertukarkan untuk mendapatkan legitimasi politik, akses pasar, atau dukungan dari blok-blok strategis. Bahkan risiko gangguan terhadap pasokan semikonduktor Malaysia.

Komodifikasi Audience

Pada Pandangan ekonomi politik media khalayak diperdagangkan dan dianggap sebagai "produk". Media mengubah pembaca/khalayak menjadi komoditas yang dijual kepada pengiklan. Dalam konteks berita geopolitik BRICS, The Jakarta Post "memproduksi" khalayak dengan menyajikan konten yang menarik bagi kelompok tertentu, seperti politisi, pebisnis, atau akademisi yang tertarik pada isu-isu global. Setiap judul berita, "*Indonesia joins BRICS*", "*Prabowo visits India*", atau analisis kebijakan luar negeri, dirancang untuk menarik khalayak tertentu yang peduli dengan pengaruh Indonesia di panggung internasional. Semakin tinggi minat khalayak terhadap topik-topik ini (misalnya, karena dampak BRICS terhadap perekonomian atau hubungan AS), semakin berharga "ruang iklan" di sekitar berita tersebut bagi surat kabar. Dengan kata lain, minat khalayak terhadap geopolitik diubah menjadi mata uang ekonomi bagi media.

Siklus komodifikasi informasi dan partisipasi khalayak ini tidak berhenti di situ. Penekanan bahwa media juga mengkomodifikasi respons khalayak contohnya artikel "*Why Indonesia's foreign policy lacks clarity*", atau perbandingan kebijakan Prabowo dan Jokowi sengaja dirancang untuk memicu debat publik, baik melalui komentar daring, surat pembaca, maupun viral di media sosial. Setiap interaksi audiens (sukai, bagikan, komentari) menjadi data perilaku yang diperdagangkan kepada pihak ketiga (seperti lembaga survei atau platform digital). Lebih lanjut, pemingkanaan berita ("*BRICS membership won't affect RI-US ties*") membentuk persepsi audiens terhadap isu-isu geopolitik, mengubah pengetahuan politik menjadi komoditas simbolis yang dapat memengaruhi opini publik atau kebijakan. Dengan

demikian, audiens bukan sekadar konsumen pasif, melainkan bagian dari rantai nilai yang dieksploitasi oleh media untuk keuntungan ekonomi dan politik.

Audiens, sebagai produk yang dijual di pasar berita multipolar (seperti pembentukan aliansi AI Rusia-BRICS atau klaim Putin tentang tatanan dunia baru), dirancang untuk menarik audiens tertentu: pembuat kebijakan, akademisi, pebisnis, dan warga negara yang peduli dengan isu-isu global. The Jakarta Post mengemas konten kompleks ini sebagai "produk" yang menarik bagi kelompok elit ini. Semakin tinggi minat audiens, misalnya, pada dampak BRICS terhadap hukum global *"Indonesia's entry reshapes global legal order"* atau ancaman geopolitik *"The power of options"*, semakin berharga pula ruang iklan di sekitarnya. The Jakarta Post secara tidak langsung "menjual" akses kepada audiens yang berkualitas ini kepada pengiklan (perusahaan multinasional, lembaga penelitian, atau pemerintah) yang ingin menyasar kelompok berpengaruh. Dengan kata lain, minat audiens terhadap isu-isu multipolar diubah menjadi komoditas ekonomi bagi media.

Data dan opini audiens, sebagai komoditas turunan, tidak berhenti pada penjualan audiens kepada pengiklan. Artikel seperti *"Beyond BRICS rhetoric"* atau analisis *"BRICS aims to build global ties"* sengaja memicu interaksi dan debat melalui komentar daring, berbagi di media sosial, atau diskusi publik. Setiap respons audiens (klik, durasi membaca, interaksi) dikumpulkan sebagai data perilaku yang diperdagangkan kepada pihak ketiga untuk iklan mikro atau riset pasar. Lebih halus lagi, pembingkai media tentang multipolaritas, misalnya, apakah BRICS merepresentasikan "ancaman" atau "peluang", membentuk persepsi kolektif audiens. Opini yang terbentuk ini kemudian menjadi modal simbolis yang dapat memengaruhi kebijakan atau relasi kuasa komoditas tak kasat mata yang dieksploitasi oleh aktor politik dan ekonomi.

Liputan The Jakarta Post tentang ketegangan politik BRICS mengubah pembaca menjadi komoditas melalui dua mekanisme utama. Pertama, khalayak diubah menjadi produk iklan dengan menyajikan konten geopolitik yang sensasional dan spesifik seperti ancaman tarif Trump terhadap BRICS, analisis dampaknya terhadap gerakan non-blok Indonesia, atau respons diplomatik Rusia untuk menarik kelompok pembaca strategis seperti pembuat kebijakan, pebisnis global, dan publik yang peduli dengan isu-isu internasional. Media kemudian "menjual" kepentingan khalayak elit ini kepada pengiklan (perusahaan multinasional, lembaga riset, atau pemerintah) untuk mendapatkan akses pasar yang berharga. Semakin tinggi minat terhadap isu-isu seperti penggantian dolar AS atau gangguan pada rantai pasokan semikonduktor Malaysia, semakin tinggi pula nilai ruang iklan di sekitarnya.

Interaksi dan persepsi khalayak dikapitalisasi sebagai komoditas derivatif. Setiap tindakan pembaca mulai dari klik, waktu membaca, komentar daring, hingga membagikan artikel seperti *"Playing with BRICS fire"*, atau surat duta besar Rusia dikumpulkan sebagai data perilaku mentah yang diperdagangkan kepada pihak ketiga untuk iklan bertarget mikro atau riset pasar. Lebih halus lagi, pemingkakan media, misalnya, yang menampilkan dukungan Indonesia untuk Palestina sebagai "pembelaan moral" atau ancaman tarif Trump sebagai "krisis ekonomi", membentuk opini yang terkonstruksi dan menjadi modal simbolis. Persepsi yang terarah ini memengaruhi diskusi dan kebijakan publik, sehingga audiens bukan sekadar konsumen informasi, melainkan bahan baku ekonomi dalam siklus kapitalisme media di mana ketegangan politik menjadi sarana untuk menghasilkan nilai tukar perhatian dan identitas mereka.

Komodifikasi Pekerja

The Jakarta Post mengkomodifikasi pekerja media dengan memanfaatkan pengetahuan dan jaringan profesional mereka sebagai aset ekonomi dalam produksi konten geopolitik. The Jakarta Post memanfaatkan keahlian khusus jurnalis dan analisnya yang memahami isu-isu BRICS seperti dinamika keanggotaan Indonesia atau ketegangan AS-BRICS untuk menghasilkan konten bernilai tinggi secara intensif, contohnya laporan langsung saat KTT BRICS berlangsung atau analisis mendalam tentang kebijakan luar negeri. Namun, meskipun konten-konten ini menghasilkan nilai ekonomi besar bagi perusahaan karena dijual mahal ke "audiens premium" seperti investor atau pemerintah, para pekerja tersebut tidak menerima kompensasi tambahan "insentif" yang sebanding dengan nilai ekonomis yang mereka ciptakan. Intinya: keahlian pekerja diubah menjadi aset berharga bagi media, tetapi imbalan yang mereka terima tidak sepadan dengan keuntungan yang dihasilkan dari kerja keras mereka.

Keterampilan khusus mereka, misalnya kemampuan meliput diplomasi tingkat tinggi atau menginterpretasikan dampak de-dolarisasi, diubah menjadi "bahan baku" untuk konten premium (webinar berbayar, laporan investor) yang dijual kepada pemangku kepentingan korporat atau pemerintah. Dalam proses ini, tenaga kerja intelektual pekerja direduksi menjadi sebuah "komoditas" yang peras nilai ekonominya oleh pemilik media, sementara identitas profesional mereka (sebagai pakar geopolitik) dimanfaatkan untuk membangun kredibilitas merek guna menarik audiens elit dan pengiklan.

Pemangku kepentingan media lebih lanjut mengkapitalisasi pekerja melalui mekanisme digitalisasi yang memperluas beban kerja tanpa meningkatkan kesejahteraan. Reporter dipaksa beradaptasi dengan siklus produksi 24/7 untuk memenuhi tuntutan distribusi konten real-time misalnya peliputan langsung ancaman tarif Trump atau kunjungan Prabowo ke India, sehingga

waktu istirahat dan ruang kreasi mandiri mereka terkompresi oleh logika algoritmik platform digital. Data kinerja pekerja seperti produktivitas menulis artikel, tingkat keterlibatan pembaca, atau kecepatan respons diperdagangkan kepada pihak ketiga (perusahaan teknologi, lembaga riset) sebagai indikator nilai pasar media. Ironisnya, ketika konten hasil kerja mereka viral seperti artikel keuntungan ekonomi justru lebih banyak dinikmati oleh pemegang saham dan departemen pemasaran, sementara kontributor langsung hanya mendapat upah tetap tanpa pembagian nilai tambah yang adil. Dengan demikian, pekerja tidak hanya menjadi objek komodifikasi, tetapi juga roda penggerak dalam siklus akumulasi kapital media yang memperkuat ketimpangan relasi kuasa industri.

The Jakarta Post memanfaatkan pekerja medianya (seperti reporter) melalui sistem digital yang menambah beban kerja tanpa menambah kesejahteraan mereka. Para reporter dipaksa bekerja 24 jam non-stop untuk menghasilkan konten langsung, misalnya meliput ancaman tarif Donald Trump atau kunjungan Prabowo ke India secara real-time. Akibatnya, waktu istirahat dan kebebasan kreatif mereka hilang karena tuntutan platform digital. Data kinerja pekerja seperti jumlah artikel yang ditulis, seberapa banyak dibaca orang, atau kecepatan merespons peristiwa justru dijual ke perusahaan lain seperti tech company atau lembaga riset sebagai bahan pertimbangan nilai pasar media. Ironisnya, ketika karya mereka viral contoh: "Why Indonesia's foreign policy lacks clarity", keuntungan besar mengalir ke pemegang saham dan tim pemasaran, sementara sang pembuat konten hanya dapat gaji tetap tanpa bonus adil. Pada akhirnya, pekerja bukan cuma "dijual" tenaganya, tapi juga menjadi mesin penghasil uang bagi perusahaan yang memperlebar ketimpangan kekuasaan di industri media.

Spasialisasi dalam The Jakarta Post

Berdasarkan teori spasialisasi Vincent Mosco, The Jakarta Post mengatasi keterbatasan geografis dan temporalnya dengan menjadikan tiga tema utama yakni geopolitik BRICS, multipolaritas, dan ketegangan politik sebagai strategi digital terintegrasi dengan penekanan ketiga tema tersebut membuatnya menjadi “hadir” ditengah-tengah khalayak. Teknologi berfungsi sebagai tulang punggung utama redaksi seperti berita *“Indonesia joins BRICS bloc as full member”*, klaim dari presiden Rusia *“Multipolar world order forming at BRICS summit: Putin”*, atau ancaman tarif Trump disajikan secara real-time melalui platform daring. Proses ini menghilangkan jarak fisik (misalnya, Jakarta-Moskow-Washington) dan mempersingkat waktu distribusi dari hitungan hari menjadi detik, sehingga dapat langsung menjangkau khalayak global yang terdiri dari pemerintah, pelaku pasar, dan akademisi. Efisiensi ini juga meningkatkan pendapatan melalui iklan digital dan langganan daring yang

memanfaatkan ketergantungan pada informasi real-time, mengubah keterbatasan spasial menjadi keuntungan untuk distribusi massal.

Struktur perusahaan The Jakarta Post memaksimalkan liputan geopolitik BRICS melalui kombinasi integrasi vertikal dan horizontal yang saling memperkuat. Integrasi vertikal ditandai dengan kendali penuh perusahaan atas seluruh rantai produksi, mulai dari liputan dan penyuntingan berita hingga distribusi di berbagai platform (media cetak, daring, dan sosial), yang memastikan perspektif dan pembedaan naratif yang terpadu untuk isu-isu kompleks. Misalnya, analisis komparatif kebijakan luar negeri Prabowo vs Jokowi, dampak multipolaritas BRICS terhadap tatanan hukum global, kritik bahwa "BRICS memperburuk Indonesia yang tidak berpihak," atau tanggapan Duta Besar Rusia terhadap isu Ukraina disajikan dengan perspektif yang konsisten di semua saluran, menjaga koherensi ideologis dan akurasi pesan.

Sementara itu, integrasi horizontal melalui ekspansi bisnis ke sektor-sektor terkait seperti layanan data kebijakan, webinar geopolitik berbayar, dan produksi konten khusus mengubah satu acara inti menjadi beragam produk turunan yang bernilai ekonomis. Keanggotaan BRICS Indonesia lebih dari sekadar berita, mencakup laporan atau informasi premium bagi investor, seri podcast analitis, basis data kebijakan bagi lembaga riset, dan materi diskusi eksklusif dalam program berlangganan. Demikian pula, KTT BRICS atau ancaman Trump terhadap upaya de-dollarisasi diubah menjadi paket informasi yang menyasar segmen audiens tertentu: mulai dari pelaku pasar yang mencari perkiraan arah ekonomi hingga akademisi yang meneliti dinamika global.

Sinergi strategis kedua model ini mengubah kendala ruang-waktu menjadi keunggulan kompetitif: kecepatan distribusi digital (hasil integrasi vertikal) menarik audiens yang luas secara langsung, sementara diversifikasi produk (hasil integrasi horizontal) mengekstraksi nilai ekonomi jangka panjang dari minat audiens niche. Pendekatan ganda ini tidak hanya memperluas jangkauan informasi tetapi juga menciptakan beragam aliran pendapatan, mulai dari iklan digital berbasis lalu lintas hingga penjualan konten khusus yang mengubah setiap dinamika BRICS menjadi portofolio keuntungan berkelanjutan.

Strukturasi dalam The Jakarta Post

Pemberitaan The Jakarta Post mengenai BRICS menunjukkan hubungan dinamis antara tindakan negara-negara anggota BRICS dan negara global tradisional (Eropa-AS, sesuai konsep strukturasi. Negara seperti Indonesia, India, atau Brasil tidak hanya pasif mengikuti aturan politik internasional, tetapi aktif membentuknya melalui keputusan strategis. Misalnya, langkah Indonesia bergabung dengan BRICS sambil menegaskan komitmen pada hubungan dengan AS "*BRICS membership won't affect RI-US ties*" menunjukkan bagaimana negara

memanfaatkan keanggotaan baru sebagai alat diplomasi untuk memperkuat posisi tawar di tengah persaingan global. Mereka memanfaatkan ketidakpuasan terhadap dominasi Barat pasca “Perang Dingin” untuk menginisiasi praktik baru, seperti membentuk aliansi di bidang kecerdasan buatan “AI”, memperluas keanggotaan, atau menjalankan diplomasi strategis. Narasi seperti "tatanan multipolar" dari Putin atau klaim "membentuk ulang tatanan hukum global" pasca-bergabungnya Indonesia yang merupakan upaya mengamankan Indonesia dari segi material dan upaya melebarkan sayap "diskursif" yang tidak hanya menantang struktur dominan (seperti hegemoni AS), tetapi juga mulai membangun institusi dan norma alternatif, seperti lembaga keuangan baru, yang memberdayakan posisi negara-negara non-Barat. Proses ini menegaskan bahwa ketimpangan yang tersistem memicu aksi kolektif BRICS, yang perlahan mulai mengubah struktur global secara bertahap.

Namun, perubahan ini tidak terjadi dalam ruang hampa “tanpa ancaman” struktur global yang ada juga membatasi pilihan dan tindakan negara-negara anggota BRICS. Kebijakan luar negeri Indonesia yang dikritik "tidak jelas" atau perbedaan pendekatan antara pemerintahan Jokowi dan Prabowo mencerminkan tarik-ulur yang dialami banyak anggota antara ideologi tradisional (seperti non-blok) dan kepentingan ekonomi-politik baru dalam aliansi BRICS. Tindakan agen-agen seperti diplomasi perdamaian Modi, ancaman tarif Trump, atau dukungan Indonesia untuk Palestina, meskipun strategis, tetap pilihan mereka dibatasi oleh realitas global masih ketergantungan pada dolar AS, kekuatan blok Barat, dan konflik dunia yang sedang berlangsung. Upaya BRICS mengurangi ketergantungan pada dolar, misalnya, langsung memicu ancaman balik dari AS, menunjukkan bagaimana struktur dominan bereaksi dan membatasi ruang gerak. Dilema Indonesia antara mempertahankan netralitas tradisional dan keterlibatan aktif dalam BRICS adalah contoh nyata bagaimana struktur geopolitik dan ekonomi global yang kompleks membentuk dan membatasi kebijakan suatu negara, bahkan ketika negara tersebut berusaha memanfaatkan celah dalam struktur untuk mengubah relasi kuasa. Dinamika ini menegaskan hubungan timbal balik dan saling ketergantungan antara kebebasan bertindak negara (agen) dan kerangka sistem global (struktur).

Media, seperti The Jakarta Post, memainkan peran penting dalam membentuk pemahaman kita tentang hubungan internasional terkait BRICS. Ketika media melaporkan kunjungan diplomatik misalnya Prabowo ke India sebagai "ucapan terima kasih" atau kerja sama teknologi seperti pengembangan “AI”, mereka tidak sekadar menyampaikan fakta tetapi juga membentuk persepsi. Pemberitaan ini aktif membingkai realitas, mengonstruksi logika hubungan timbal balik antarnegara, dan memengaruhi persepsi tentang relasi kuasa. Melalui peliputan praktik-praktik konkret seperti diplomasi, debat kebijakan, hingga kolaborasi

teknologi media menunjukkan bagaimana kepentingan elite politik, norma global, dan gerakan ekonomi saling terkait. Hasilnya, media membantu mendokumentasikan dan memperkuat jaringan terorganisir di mana keputusan lokal (seperti bergabungnya suatu negara ke BRICS) mampu memengaruhi struktur global (misalnya pergeseran aliansi), sementara struktur global itu sendiri membuka atau menutup peluang bagi negara-negara anggota. Dengan kata lain, media membantu menjaga hubungan timbal balik antara tindakan negara dan sistem global.

Hubungan timbal-balik tadi menghasilkan susunan kekuasaan dunia yang semakin terbagi dan kompleks, dengan BRICS sebagai contoh nyata. Aliansi ini berupaya menciptakan "kekuatan melalui pilihan" di bidang teknologi, ekonomi, dan hukum, dengan cara mempertemukan kepentingan negara ekonomi menengah "negara berkembang" yang menolak dipinggirkan "marjinalisasi" oleh negara maju (G7), memperluas jejaring ke Global Selatan, serta membangun persatuan berbasis penolakan terhadap hegemoni Barat. Namun, pembentukan sistem baru ini tidak berjalan mulus. Terdapat pertentangan di dalamnya, seperti kebijakan India yang mendukung Rusia tetapi ingin tetap netral, atau ketergantungan BRICS pada sistem lama contohnya: masih menggunakan dolar AS. Ketika negara-negara BRICS berusaha mandiri, AS sering merespons dengan keras misalnya lewat tarif atau ancaman. Hal ini menunjukkan perubahan menuju sistem dunia baru (multipolar) itu tidak mudah, di mana kekuasaan tersebar ke banyak negara yang saling bersaing tapi tetap butuh satu sama lain. Meski ingin mengubah peta kekuasaan global, negara anggota BRICS masih terikat pada aturan dan ketergantungan lama.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Peran The Jakarta Post dalam mengubah realitas geopolitik Indonesia dengan menggambarkan isu geopolitik BRICS, seperti keanggotaan Indonesia, ketegangan BRICS-AS, atau kunjungan diplomatik "Presiden Prabowo" menjadi "komoditas" bernilai ekonomi dan strategis (komodifikasi konten). Media ini mengemas kerja sama internasional dan kebijakan luar negeri Indonesia sebagai "barang dagangan" melalui judul sensasional seperti *"Indonesia's entry reshapes global legal order"*, di mana nilai konten ditentukan oleh kemampuannya menarik audiens dan pengiklan. Selain itu, pembaca khususnya kalangan elit seperti politisi dan pebisnis dijadikan "produk" yang diperjual belikan (komodifikasi audiens). Minat mereka terhadap topik BRICS diubah menjadi sumber pendapatan melalui penjualan ruang iklan, sementara interaksi (komentar/bagian) dikapitalisasi sebagai data perilaku untuk riset pasar. Di balik layar, pekerja media (jurnalis, analis) yang punya keahlian khusus juga

"dikomodifikasi": keahlian mereka dimanfaatkan untuk membuat laporan real-time atau analisis mendalam, tapi upahnya tidak sebanding dengan keuntungan besar yang dihasilkan perusahaan. The Jakarta Post juga mengatasi batas geografis/waktu melalui distribusi digital real-time (spasialisasi), seperti berita *"Indonesia joins BRICS bloc as full member"*, serta memaksimalkan integrasi vertikal-horizontal untuk mengubah dinamika BRICS menjadi portofolio pendapatan berkelanjutan.

Di sisi lain, pemberitaan ini mencerminkan upaya negara anggota BRICS (seperti Indonesia) membentuk struktur global baru (strukturasi), misalnya melalui aliansi teknologi AI atau pengurangan ketergantungan pada dolar AS. Namun, upaya ini tetap dibatasi sistem lama seperti hegemoni finansial Barat. Media berperan krusial dengan membingkai tindakan negara seperti "diplomasi Prabowo" sebagai strategi mengubah relasi kuasa, sekaligus mereproduksi ketergantungan pada struktur dominan yang ada. Dengan demikian, keempat konsep komodifikasi konten-audiens, spasialisasi, dan strukturasi menunjukkan bagaimana media mengubah realitas geopolitik menjadi aset ekonomi, sambil merefleksikan tarik-ulur antara inisiatif negara berkembang dan keterbatasan sistem global yang mapan.

Saran

Saran bagi Media dan Khalayak, The Jakarta Post dan media arus utama lainnya perlu menyeimbangkan pencarian keuntungan dengan etika jurnalistik, antara lain melalui penerapan sistem kompensasi yang lebih adil dan transparan bagi pekerja media, termasuk kontributor dan pembuat konten viral, serta pembagian beban kerja digital non-stop secara rotasi untuk mencegah kelelahan tim. Transparansi dalam pengumpulan dan penggunaan data perilaku pembaca juga krusial, dengan memberikan pilihan opt-in yang jelas dan menghindari judul atau narasi yang sengaja membingkai peristiwa secara menakutkan atau emosional (seperti penggunaan istilah "krisis" atau "ancaman"). Di sisi lain, khalayak sebagai konsumen informasi perlu meningkatkan kesadaran kritis akan peran mereka sebagai "komoditas" digital, dengan bersikap lebih skeptis terhadap berita bombastis dan mengevaluasi perilaku digital sendiri memahami bahwa setiap klik dan komentar berpotensi menjadi data pasar.

Sementara bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian mendatang perlu mengkaji dampak jangka panjang praktik komodifikasi media terhadap kesehatan demokrasi, menjawab pertanyaan seperti apakah pertukaran opini publik dengan kepentingan politik/pasar memperdalam polarisasi masyarakat, serta menelusuri bagaimana ketergantungan media pada iklan dari elite (korporasi/pemerintah) mempengaruhi independensi redaksi dalam pemberitaan isu sensitif.

DAFTAR REFERENSI

- Alfiyah, N. I., Andrianingsih, V., Asih, D. N. L., & Ainun, M. B. (2024). Upaya BRICS dalam mengimbangi dominasi dolar AS. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 5(2). <https://doi.org/10.24929/missy.v5i2.3844>
- BBC. (2024). Mengapa Indonesia ingin bergabung dengan BRICS - Barisan negara yang "tidak puas" dengan status quo? *BBC News Indonesia*. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c4gpp3ke280o>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design* (M. O'Heffernan, Ed.; 5th ed.). SAGE Publications.
- Dabhade, A. (2022). Will the new BRICS basket "de-dollarise" the global financial system? Moneycontrol. <https://www.moneycontrol.com/news/business/economy/will-the-new-brics-basket-de-dollarise-the-global-financial-system-9280581.html>
- European Foundation for South Asian Studies. (2023). *The BRICS: Origins, evolution & 2023 expansion*. EFSAS. <https://www.efsas.org/publications/study-papers/the-brics-origins-evolution-2023-expansion/>
- Glauben, T., & Duric, I. (2024). BRICS: World heavyweight in agricultural trade. *Intereconomics*, 59(3), 178–183. <https://doi.org/10.2478/ie-2024-0033>
- Hardani, S., Abadi, A. H., & Tim Penulis. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hermawan, H. R. (2025). Konsekuensi setelah BRICS. *Perbanas Institute*. <https://perbanas.id/2025/01/09/konsekuensi-setelah-brics/>
- Idris, F. N., Dzaky, A. M., Haq, R., & Hafsari, S. (2022). Hegemoni dolar dan potensi kemunculan mata uang BRICS. *Emerald: Journal of Economics and Social Sciences*, 1(1), 19–30.
- Intan, G. (2024). Menakar dampak ekonomi bagi Indonesia jika bergabung dengan BRICS. *VOA Indonesia*. <https://www.voaindonesia.com/a/menakar-dampak-ekonomi-bagi-indonesia-jika-bergabung-dengan-brics/7844747.html>
- Istighfarin, N., & Yuliani, S. (2020). Komodifikasi keberpihakan politik media: Analisa ekonomi-politik MNC Media Group. *Journal of Media and Communication Science*, 3(3). <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v3i3.84>
- Kenny, M. (2025). BRICS intergovernmental organization. *Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/BRICS>
- Kusuma, M., & Wijaya, S. (2023). The effect of per capita income and the agricultural sector on goods and services tax receipts with economic growth as moderation in BRICS countries. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v5i1.2315>
- Larasati, S. D. (2024). Mengenal BRICS: Sejarah pembentukan hingga anggotanya. *Antaranews*. <https://www.antaranews.com/berita/4421433/mengenal-brics-sejarah-pembentukan-hingga-anggotanya>

- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication* (2nd ed.). SAGE Publications.
<https://doi.org/10.4135/9781446279946>
- Prakoso, J. H. (2022). Media sebagai alat untuk komunikasi: Perspektif ekonomi politik Vincent Mosco dikomodifikasi oleh media. *Jurnal Akrab Juara*, 7(2), 92–98.
<https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i2.1829>
- Prasetyantoko, A. (2023). BRICS dan fragmentasi global. *Kompas.id*.
<https://www.kompas.id/baca/opini/2023/08/28/brics-dan-fragmentasi-global>
- Toussaint, E. (2024). Are the BRICS and their New Development Bank offering alternatives to the World Bank, the IMF and the policies promoted by the traditional imperialist powers? *CADTM*. <https://www.cadtm.org/Are-the-BRICS-and-their-New-Development-Bank-offering-alternatives-to-the-World>