Padjadjaran Journal of International Relations (PADJIR)
e-ISSN: 2684-8082 Vol. 6 No.2, Agustus 2024 (115-129) doi: 10.24198/padjirv6i2.52103

The Cable News Network (CNN) *Effect*: Disrupsi Jurnalisme Terhadap Isu Perdagangan Karbon di Prancis dan Indonesia Tahun 2023

Made Djayantari
Program Studi Hubungan Internasional Universitas Udayana, Indonesia; made.djayantari06@gmail.com
Ni Nyoman Clara Listya Dewi
Program Studi Hubungan Internasional Universitas Udayana, Indonesia; claralistya@unud.ac.id

Submit: 27-12-2023 | Accept: 25-05-2024 | Publish: 13-08-2024

Keywords
Carbon trading, Constructivism, Journalism disruption, The CNN effect

ABSTRACT
This research aims to explain certain opinion fragmentations between legacy media and digital born media towards carbon trading, specifically in France and Indonesia in 2023. By using qualitative research method, premises were being wrote down based on constructivism theory, the concept of CNN effect, and journalism disruption. This research incorporated samples of interviews as the primary source of data, supported by numerous literature reviews. In result, the fragmentations between legacy media and digital born media were provoked by the CNN effect, this phenomenon was recognized as journalism disruption. Meaning that legacy media such as France 24, Euro News, CNN Indonesia, and CNBC Indonesia which were affiliated with the government tend to be optimistic sustain the country's agenda in energy transition. On the other hand, digital born media such as Le Huffington Post, Mediapart, The Conversation Indonesia, and Kumparan tend to be skeptical. These contradictions were further explained by using constructivism approach, proving that mass media has a huge impact in shaping one's country identity. For the record, France through its Paris 2024 Olympics presidency and Indonesia with its ambitious project through Emition Trading System (ETS) in 2023.

Kata Kunci
Disrupsi jurnalisme, Konstruktivisme, Perdagangan karbon, *The CNN effect*

ABSTRAK
Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan fragmentasi opini antara media arus utama dan media baru terhadap isu perdagangan karbon, khususnya di Prancis serta Indonesia pada tahun 2023. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, berlandaskan pada teori konstruktivisme serta konsep *the CNN effect* dan disrupsi jurnalisme. Penelitian menggunakan sumber data primer berupa wawancara serta sumber data sekunder berupa kajian literatur cetak dan daring. Hasil penelitian menemukan bahwa fragmentasi opini antara media arus utama dan media baru disebabkan oleh *the CNN effect*, fenomena ini disebut sebagai disrupsi jurnalisme. Artinya, Media arus utama seperti France 24, Euro News, CNN Indonesia, dan CNBC Indonesia yang terafiliasi dengan pemerintah menggunakan diksi yang optimis guna mendukung agenda transisi energi negara. Sebaliknya, media baru seperti Le Huffington Post, Mediapart, The Conversation Indonesia, dan Kumparan menggunakan diksi yang skeptis terhadap perdagangan karbon. Kontradiksi ini dijelaskan menggunakan asumsi dasar konstruktivisme. Bahwa opini media massa mampu mengonstruksi identitas Prancis dalam Paris 2024 Olympics dan Indonesia yang berambisi meratifikasi sistem perdagangan karbon pada tahun 2023.

PENDAHULUAN

Perdagangan karbon menjadi bukti konkret disrupsi kajian ilmu sosial dan ilmu politik sebab pendekatan ekonomi kini diperkenalkan sebagai upaya mitigasi dampak perubahan iklim (Winanti, dkk, 2023). Mark Sagoff, seorang filsuf liberalis asal Amerika dalam jurnalnya "*On the Economic Value of Ecosystem Services*" menulis bahwa eksistensi manusia bersifat sentral dalam lingkungan. Manusia menggunakan alam untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya, melalui elemen air bersih dan keberagaman hayati. Asumsi dasar ini relevan pasca isu perdagangan karbon dicetuskan pada Protokol Kyoto tahun 1977 dan Perjanjian Paris tahun 2015 yang berupaya mengurangi emisi gas rumah kaca. Prancis, dalam Perjanjian Paris secara eksplisit mencetuskan otonomi bagi negara-negara untuk menciptakan mekanismenya sendiri dalam menekan produksi karbon. Mekanisme ini dinamakan *Emition Trading Sytem* (ETS) atau sistem perdagangan karbon. Indonesia secara khusus, mulai mengadopsi ETS dalam kebijakan luar negerinya pada awal tahun 2023.

Menariknya, relevansi isu perdagangan karbon di Prancis dan Indonesia tidak luput dari pengaruh pemberitaan media. Arus informasi yang melewati lintas batas negara, disiarkan secara *real-time* dan masif, merepresentasikan fenomena *the Cable News Network (CNN) effect*. Secara konseptual, *the CNN effect* tidak diakibatkan oleh institusi CNN semata, simbolisasi ini berupaya menjelaskan fenomena yang lebih kompleks secara global. Steven Livingston mendefinisikannya sebagai pengaruh media global terhadap diplomasi dan kebijakan luar negeri suatu negara. Piers Robinson menginterpretasikannya sebagai respons masyarakat dan elite politik global akibat inovasi teknologi komunikasi. Joseph S. Nye Jr. pada sisi lain menggunakan pengertian yang lebih fundamental, yakni intensifikasi pemberitaan media massa dan pembatasan opini publik dalam masyarakat yang demokratis. Ketiga pengertian tersebut menggunakan satu agen utama, yakni media massa (Bahador, 2007). Namun, di tengah perkembangan teknologi dan peleburan batas-batas isu hubungan internasional, *the CNN effect* menimbulkan dirupsi jurnalisme. Secara konseptual, disrupsi jurnalisme adalah fragmentasi opini media massa akibat perkembangan teknologi dan peleburan batas-batas tersebut. Artinya, opini media massa terpecah menjadi dua kubu yang sangat kontras, yakni media yang optimis terhadap sebuah isu, dan media yang skeptis. Kelahiran media-media dengan diksi yang skeptis meningkat signifikan pada abad ke-21. Aktor ini disebut sebagai Media Baru (*digital born media*) sebagai kontradiksi dari Media Arus Utama (*legacy media*).

Dalam konteks Prancis dan Indonesia, timbul perspektif skeptis bahwa netralisme dan independensi jurnalisme adalah hal yang mustahil, pasalnya setiap media mesti memiliki keberpihakan tersendiri. Corak pemikiran tersebut mematahkan pandangan media konvensional yang menempatkan netralitas sebagai prinsip utamanya. Perubahan tersebut diidentifikasikan sebagai disrupsi dalam konteks sosial politik, yang juga memengaruhi norma dan praktik jurnalistik institusi media dalam suatu negara. Di Prancis dan Indonesia, sebagai negara yang menjunjung tinggi demokrasi, media-media arus utama seperti CNN (*Cable News Network*) Indonesia, *Consumer News and Business Channel* (CNBC) Indonesia, France 24, dan Euro News cenderung memberitakan isu perdagangan karbon secara optimis. Sebaliknya, media-media baru seperti The Conversation Indonesia, Kumparan, Le Huffington Post, dan Mediapart justru memberitakan isu perdagangan karbon secara skeptis ditandai dengan penggunaan diksi dan semiotika dalam konten digitalnya. Di tengah disrupsi digital dan *megashifts* ilmu sosial dan ilmu Politik, data dan informasi adalah *the new oil*, *the new gold*. Bagaimana pemerintah dan elite global memeroleh *framing* informasi atas isu global menjadi krusial. Data dan informasi kini menyerupai tiga wajah kekuasaan (*decision making*, *agenda setting*, dan *thought control*). Pola ini merepresentasikan kepentingan media global yang berpengaruh pada kebijakan luar negeri kedua belah negara.

Berangkat dari latar belakang tersebut, penelitian ini menganalisis akibat *the CNN effect* terhadap disrupsi jurnalisme dalam pemberitaan perdagangan karbon, utamanya di kawasan Prancis dan Indonesia tahun 2023. Variabel utama *the CNN Effect* adalah perkembangan teknologi selaku

katalisator dan media baru (*digital born media*) sebagai outputnya. *The CNN effect* menjadi isu Hubungan Internasional sebab tidak terjadi pada satu negara saja, melainkan banyak negara di berbagai benua. Hal ini merepresentasikan nilai-nilai fundamental globalisasi, sebuah kajian budaya dalam Ilmu Hubungan Internasional. Artinya, kelahiran media baru secara global memungkinkan interkonektivitas pemikiran kritis dari negara satu dan lainnya. Contoh, premis utama Kumparan sebagai media baru di Indonesia berkaca pada Perjanjian Paris tahun 2015 sebagai titik balik transisi energi dunia. Dinamika ini menjadi menarik, sebab isu yang mulanya berada dalam ranah Ilmu Komunikasi kini mengalami pergeseran spektrum menjadi isu Hubungan Internasional. Media baru (*digital born media*) menambah kajian media sebagai aktor non-negara dalam Ilmu Hubungan Internasional

Studi terdahulu terkait isu ini telah dilakukan oleh Wisnu Prasetya Utomo dalam tulisan berjudul "Disrupsi, Inovasi, dan Kompetisi: Jurnalisme di Era Transformasi Digital", Rezza F. Prisandy dan Marwa dengan tulisannya "Perdagangan Karbon dalam Kerangka *Megashift* Perubahan Iklim", yang dimuat dalam buku "Ilmu Sosial Politik Masa Depan: Menjawab *Megashift*?" tahun 2023. Selanjutnya, konseptualisasi *the CNN effect* berkaca pada buku Babak Bahador "*The CNN Effect in Action*" tahun 2007 dan artikel jurnal Nadila Satrivi dan Chandra Purnama "Pembentukan Opini Publik Indonesia oleh Cable News Network (CNN) Indonesia Berkenaan dengan Isu Sampah Plastik" dalam *Padjajaran Journal of International Relations* (PADJIR) tahun 2021. Selain itu, penulis juga menganalisis dampak dirupsi jurnalisme terhadap dinamika isu perdagangan karbon di Prancis dan Indonesia sebagai identitas kedua negara dalam politik global. Pisau analisis yang digunakan adalag teori konstruktivisme yang dijelaskan oleh Mohamad Rosyidin dalam "*The Power of Ideas*: Konstruktivisme dalam Hubungan Internasional" tahun 2015. Hasilnya, ditemukan bahwa media massa merupakan salah satu produk sosial yang memengaruhi identitas negara sebagai aktor utama dalam hubungan internasional. Meski demikian, berbagai riset terdahulu ini secara khusus belum membahas disrupsi jurnalisme dalam isu perdagangan karbon di Prancis dan Indonesia, utamanya akibat *the CNN effect*. Penelitian ini menggunakan landasan teori konstruktivisme dan konsep disrupsi jurnalisme.

KERANGKA KONSEPTUAL

Disrupsi Jurnalisme

Wisnu Prasetya Utomo dalam "Disrupsi, Inovasi, dan Kompetisi: Jurnalisme di Era Transformasi Digital" yang dirilis pada tahun 2023 mengidentifikasi disrupsi jurnalisme sebagai proses integrasi sekaligus fragmentasi di tengah hibridisasi jurnalisme. Artinya, dalam integrasi yang mengadopsi teknologi dan transisi, elemen-elemen dan norma praktik jurnalisme saling melebur dan memengaruhi. Namun pada sisi fragmentasi, perkembangan teknologi juga memecah cara kerja jurnalis, hingga membelah opini publik menjadi dua kubu yang berbeda, yakni kubu skeptis dan kubu optimis akibat pemikiran-pemikiran kritis, baca: *Critical Theory* sebagai payung paradigma pemikiran konstruktivisme. Disrupsi jurnalisme dapat dianalisis melalui empat ciri-ciri utama. Yakni, cara kerja jurnalis, karakter berita, struktur dan organisasi perusahaan media serta industri media, dan terakhir dinamika relasi di antara *stakeholder* media. Ciri-ciri utama ini menjadi relevan dengan isu pemberitaan perdagangan karbon di Prancis dan Indonesia, di mana media-media arus utama yang terafiliasi dengan partai politik dan institusi politik pemerintah akan menyiarkan berita yang mendukung *agenda setting* negara. Disrupsi jurnalisme memperdebatkan pemberitaan yang cepat tapi tidak akurat, atau akurat tapi lambat. Produk sosial tersebut mengonstruksi identitas perusahaan media dan industri media. Menariknya, Prancis baru merasakan efek disrupsi jurnalisme pasca revolusi Prancis (1799) dan gerakan-gerakan post kapitalisme melejit pada tahun 1968. Begitu pula dengan Indonesia yang memeroleh kebebasan persnya kembali pasca era orde baru, tepatnya masa transisi

hingga era reformasi dimulai (2001). Berikut pemetaan media-media arus utama dan media baru di Prancis dan Indonesia pada tahun 2023 yang vokal memberitakan isu perdagangan karbon.

The Cable News Network (CNN) *Effect*

Peran media dalam memengaruhi proses pembuatan kebijakan luar negeri (*foreign policy decision-making*) identik dengan lanskap studi Ilmu Komunikasi. Sebab dalam konteks Hubungan Internasional, peran media terbatas pada kemampuan *agenda-setting*. Yakni peran media untuk membentuk opini publik, sejalan dengan agenda politik yang diputuskan oleh pemerintah, seperti keterlibatan dalam konflik maupun perang. Namun, pasca perang dingin dan serangan 9/11 di Amerika Serikat, media menciptakan dampak yang lebih kompleks dalam politik global (Bahador, 2007). Hal ini diakibatkan oleh perkembangan teknologi dan globalisasi yang memungkinkan informasi tersebar secara internasional, dalam waktu yang cepat, dan masif. Babak Bahador dalam bukunya "*The CNN Effect in Action*" mengkaji fenomena tersebut dan menghasilkan sebuah konsep yang disebut *the CNN effect*.

Secara deskriptif, *the CNN effect* menjelaskan 3 (tiga) peran media dalam politik global. Yakni *agenda-setting*, *impediment*, dan *accelerant*. Satrivi dan Purnama dalam artikel jurnal "Pembentukan Opini Publik Indonesia oleh Cable News Network (CNN) Indonesia Berkenaan dengan Isu Sampah Plastik" tahun 2021 juga menjelaskan *agenda-setting* sebagai kemampuan negara untuk mengatur dan memanipulasi agenda pemerintah, baik dalam bidang politik, ekonomi, maupun sosial. Contoh, kemampuan negara untuk menggalakkan pola hidup ramah lingkungan melalui media. Selanjutnya, Bahador mendefinisikan *impediment* sebagai efek penghalang pemerintah dalam memengaruhi publik sebab media dimanipulasi oleh partai politik maupun kelompok elite. Contoh, pasca serangan 9/11 di Amerika Serikat, artikulasi kepentingan media mengalami fragmentasi antara media arus utama yang dimiliki oleh pemerintah dan media baru yang dimiliki oleh partai politik maupun kelompok elite di Amerika Serikat dan negara-negara Timur Tengah. Terakhir, Bahador mendefinisikan *accelerant* sebagai kemampuan media untuk mengakselerasi proses pembentukan kebijakan luar negeri. Dengan kemampuan reportase media selama 24 jam berturut-turut, sebuah isu dapat dikawal secara aktual dan cepat melalui perkembangan teknologi media massa. Artikel berita tidak lagi menggunakan koran yang memerlukan 1-2 hari kerja hingga hasil cetak rampung, melainkan dapat diakses melalui media sosial, laman digital, maupun siaran langsung di televisi dan aplikasi digital. Selain 3 peran tersebut, terdapat 2 tolak ukur untuk memastikan bahwa sebuah isu politik global memang diakibatkan oleh *the CNN effect*.

Pertama, media yang digunakan tidak hanya *Cable News Network (CNN)* saja. Penggunaan kata CNN merupakan simbolisasi yang digunakan Bahador sebab fenomena ini dipelopori oleh CNN, sebuah media massa yang didirikan oleh Amerika Serikat, sekaligus media massa pertama dengan kantor cabang terbanyak di benua Asia, Eropa, Australia, dan Afrika. Namun pasca perang dingin, *the CNN effect* dapat muncul di berbagai jenis media massa yang mampu menyebarkan informasi selama 24 jam tanpa henti. Artinya, media massa berbasis laman digital, media sosial, dan penyiaran televisi dapat menciptakan *the CNN effect*. Namun, media massa berbasis koran cetak tidak. Dalam artikel ini, media massa yang dianalisis adalah CNN Indonesia, CNBC Indonesia, France24, Euro News, Le Huffington Post, Mediapart, The Conversation Indonesia, dan Kumparan.

Kedua, berkaca pada sifat CNN yang ekspansif, maka isu yang dipublikasi oleh media massa yang akan dianalisis harus dapat diakses publik secara internasional. Bahador menganalisis tolak ukur ini sebagai manifestasi globalisasi. Aspek ini tidak dijelaskan dalam artikel Satrivi dan Purnama (2021). Contoh, publikasi France24 yang berbasis di Paris dan menggunakan bahasa Prancis kini bisa diakses publik melalui laman digital dan media sosial seperti Instagram dan X. Informasi juga mudah dipahami secara internasional sebab fitur translasi bahasa menjadi bahasa Inggris, Spanyol, dan Arab.

e-ISSN: 2684-8082 Vol. 6 No.2, Agustus 2024 (115-129) doi: 10.24198/padjirv6i2.52103

Berbeda dengan media massa konvensional, di mana aksesibilitas informasi terbatas secara nasional dan tidak didukung dengan fitur translasi.

Konstruktivisme

Untuk menjawab latar belakang masalah, penulis menggunakan asumsi-asumsi dasar dari mazhab konstruktivisme. Mohamad Rosyidin dalam bukunya "*The Power of Ideas*: Konstruktivisme dalam Hubungan Internasional" tahun 2015 mengutip penggunaan konstruktivisme dari buku Nicholas Onuf "*World of Our Making*" bahwa manusia pada dasarnya senantiasa mengonstruksi realitas sosial, hal ini meliputi identitas, gagasan, hingga makna. Aktor-aktor non negara (pemimpin, tokoh berpengaruh, media, hingga gerakan akar rumput) secara kontinu membentuk dan mengonstruksi lanskap hubungan internasional melalui aksi dan interaksinya melalui beragam produk sosial. Contoh produk sosial paling sederhana adalah budaya (Rosyidin, 2015).

Negara dengan latar belakang dan sejarah budaya yang demokratis, akan menentang produk-produk sosial yang bersifat otoriter. Interaksi antar manusia termasuk antar negara ditentukan oleh faktor gagasan dan ide, gagasan tersebut bersifat intersubyektif dan dipahami secara kolektif. Intersubyektivitas itu pula yang membentuk kepentingan dan tindakan antar aktor. Analoginya, media yang mampu menggunakan hak kebebasan persnya dan bersikap kritis terhadap kebijakan pemerintah, melabeli negara sebagai aktor yang demokratis. Sebaliknya, ketika kebebasan pers dibatasi dan hak-hak media baru untuk berpikir kritis dibungkam, maka negara dilabeli sebagai aktor yang autokratis. Dalam penelitian ini, kontradiksi identitas tersebut berupaya dijelaskan melalui perspektif konstruktivisme. Identitas dan gagasan baru tercipta akibat perkembangan teknologi komunikasi.

Bahador (2007) memaparkan bahwa media baru pada abad ke-21 mampu beroperasi dengan laman digital saja, meskipun tidak memiliki stasiun televisi atau sarana prasarana penyiaran publik lainnya. Berbanding terbalik dengan media arus utama yang menyiarkan berita melalui stasiun televisi, laman daring, hingga koran cetak. Perbedaan kapasitas kerja ini kerap kali membuat masyarakat meragukan kredibilitas media baru, maka dari itu opini publik masyarakat pun pada akhirnya mengalami fragmentasi.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, konstruktivisme memvalidasi seluruh dinamika yang ada. Artinya, kemampuan media baru untuk bergerak secara independen dan kritis di Prancis dan Indonesia merupakan hal yang rasional, sebab keduanya merupakan negara demokratis. Sebaliknya, identitas Prancis dan Indonesia sebagai negara demokratis bergantung pada kebebasan media dalam mengonstruksi opini publik, baik secara optimis maupun skeptis. Interdependensi ini tidak bisa dijelaskan oleh mazhab lain dalam lanskap Hubungan Internasional. Sebagai mazhab yang lahir pada perdebatan besar (*Great Debates*) keempat, Wendt (2003) dalam bukunya "*Social Theory in International Politics"* menyebutkan bahwa basis utama konstruktivisme adalah identitas. Identitas memengaruhi kepentingan masyarakat dan identitas memengaruhi kepentingan negara secara global. Hal ini pula yang tidak dibahas dalam lanskap Ilmu Komunikasi.

METODE RISET

Artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan riset melalui metode observasi, wawancara, dan studi literatur cetak dan daring. Sumber data yang digunakan diklasifikasikan menjadi dua jenis, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer berlandaskan pada hasil wawancara dengan Revolusi Riza Zulverdi, S. IP, Wakil Pimpinan Redaksi CNN Indonesia pada 23 November hingga 14 Desember 2023. Pada sisi lain, data sekunder diperoleh melalui artikel jurnal nasional dan internasional, buku cetak dan daring, serta berita internasional yang relevan dengan pokok pembahasan artikel ini. Penulis menggunakan model Miles dan Hubberman

dalam menganalisis data. Proses analisis tersebut meliputi tahap reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan.

Reduksi data berarti membatasi kajian pada artikel berita yang dirilis dalam rentang waktu 1 Januari hingga 31 Desember 2023. Secara substansi, menggunakan artikel berita yang judulnya memuat kata 'karbon' dan frasa 'perdagangan karbon' atau 'emisi karbon' sesuai judul penelitian. Artikel berita yang dirilis di luar rentang waktu dan tidak memuat kata kunci tersebut tidak relevan dengan penelitian ini. Selanjutnya, penyajian data dilakukan secara objektif tanpa pengaruh pandangan tertentu. Terakhir, menyimpulkan hasil temuan sekaligus menjawab rumusan masalah penelitian. Berikut pengelompokan media massa yang digunakan sebagai sumber data sekunder

Tabel 1. Pemetaan Media Arus Utama dan Media Baru di Prancis dan Indonesia dalam Pemberitaan Isu Perdagangan Karbon Tahun 2023

	Media Arus Utama (Legacy Media)	**Media Baru (Digital Born Media)**
Prancis	France 24 dan Euro News	Le Huffington Post dan Mediapart
Indonesia	*Cable News Network* (CNN) Indonesia dan *Consumer News and Business Channel* (CNBC) Indonesia	The Conversation Indonesia dan Kumparan
Orientasi Pemberitaan terhadap Isu Perdagangan Karbon	Optimis	Skeptis

Sumber: Nicholls, dkk., 2023: halaman 10 dan Winanti, dkk., 2023: halaman 112

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perdagangan Karbon di Prancis dan Indonesia

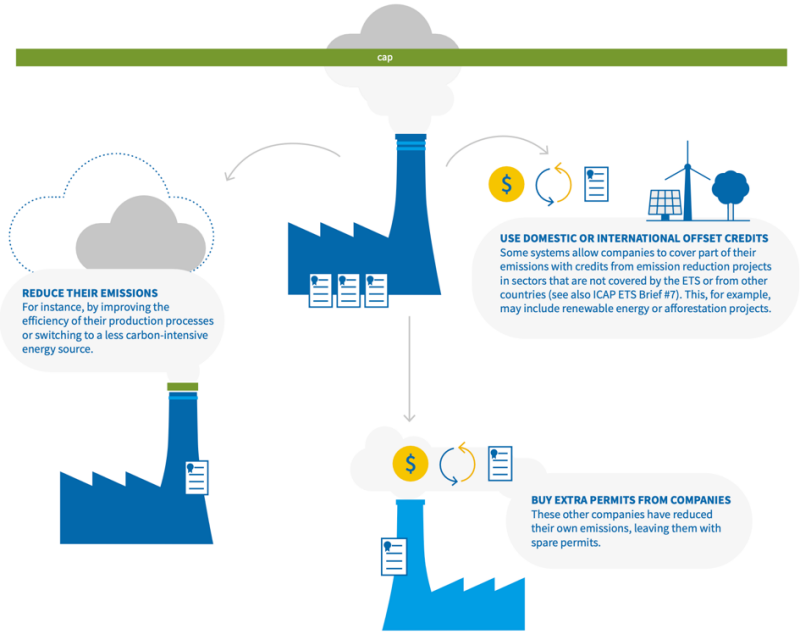
Perdagangan karbon sebetulnya bukan hal baru. Gagasannya pertama kali dicanangkan pada Conference of Parties III (COP3) di Kyoto-Jepang pada tahun 1997, kemudian disebut sebagai Kyoto Protocol. Pada saat itu, kesepakatan kolektif dibentuk guna menekan emisi gas rumah kaca dan negara-negara yang hadir, dituntut untuk meratifikasi hasil kesepakatan tersebut. Prisandy dan Marwa (2003), menjelaskan relevansi yang sangat kuat antara Prancis dan Indonesia dalam konteks perdagangan karbon. Prancis secara historis merupakan tuan rumah penyelenggara *Paris Agreement* (Perjanjian Paris) yang dihasilkan pada UN Climate Change Conference (COP 21) di Paris pada tahun 2015. Perjanjian Paris secara khusus memberikan otonomi bagi negara-negara untuk menciptakan mekanismenya sendiri dalam menekan produksi karbon melalui mekanisme *Emition Trading Sytem* (ETS). Tujuannya adalah menekan kenaikan suhu bumi agar tetap di bawah 2 derajat Celsius, bahkan hingga 1,5 derajat Celsius. Prancis meratifikasi komitmen tersebut ke dalam Décret Numero 2016-1504 du 8 Novembre 2016 Portant Publication de L'accord de Paris Adopté le 12 Decembre 2015. Selain itu Indonesia juga meratifikasi kesepakatan tersebut ke dalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang Pengesahan *Paris Agreement to The United Nations Framework Convention on Climate Change*. Maka dari itu, terhadap legitimasi hukum yang mengikat kedua negara.

World Bank dan International Carbon Action Partnership (ICAP) kemudian menjelaskan beberapa mekanisme perdagangan karbon. Salah satu yang paling populer adalah *Cap and Trade*. Dalam prosesnya, setiap negara akan melakukan penetapan Nilai Ekonomi Karbon (NEK), instrumen ini digunakan untuk menghitung biaya eksternal dampak dari Gas Rumah Kaca (GRK) dalam mata uang Dolar Amerika Serikat. Pemerintah masing-masing negara akan menetapkan jumlah maksimum emisi yang diperbolehkan dalam ETS sebagai ambang batas emisi. Batasannya ditetapkan terlebih dahulu

e-ISSN: 2684-8082 Vol. 6 No.2, Agustus 2024 (115-129) doi: 10.24198/padjirv6i2.52103

dan diturunkan seiring waktu oleh lembaga yang bersangkutan. Di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berwenang atas hal tersebut, sedangkan di Prancis bernaung di bawah kebijakan Agence France Trésor. Kemudian, perusahaan wajib beroperasi dan menghasilkan emisi karbon sesuai dengan ambang batas yang telah ditentukan. Jika melebihi ambang batas yang ditentukan, maka perusahaan dapat membeli sisa kuota emisi karbon perusahaan lain secara domestik maupun internasional. Sedangkan, perusahaan yang menawarkan kuota emisi karbonnya, harus beroperasi sebatas kuota yang tersisa. Berikut ilustrasi mekanisme *Cap and Trade* oleh ICAP.

Gambar 1. Mekanisme Cap and Trade oleh International Carbon Action Partnership Tahun 2021



Sumber: Sekretariat ICAP, 2021: halaman 2

Dalam perspektif bisnis dan ekonomi internasional, perdagangan karbon menjadi isu yang 'seksi'. Di tengah tekanan perusahaan untuk bertransisi menuju aktivitas ramah lingkungan, perdagangan karbon mampu meningkatkan sentimen investor dan peluang pekerjaan yang baru. Dengan kesadaran perubahan iklim yang meningkat tiap tahunnya, pola investasi mengalami perubahan spektrum yang sangat signifikan, dari yang awalnya sangat antroposentris kini menjadi eksosentris. Sentimen investor juga dipengaruhi oleh sentimen konsumen yang terus menuntut perusahaan untuk menerapkan kode etik produksi yang ramah lingkungan. Target pasar investasi tersebut adalah negara-negara dengan potensi penyerapan karbon yang tinggi (Prisandy dan Marwa, 2023). Indonesia sebagai negara kepulauan dengan hutan bakau sebagai penyerap karbon terbesar dalam ekosistem perairan menjadi arena perebutan kepentingan, utamanya secara politik. Prancis melalui Uni Eropa, telah membangun *linking* emisi dengan Indonesia sejak pertama kali mengadopsi mekanisme ETS pada tahun 2023. Namun, hanya sub sektor pembangkit listrik yang telah memiliki batas ambang emisi di Indonesia. Hambatan pertumbuhan ini diakibatkan oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah peran media nasional dan internasional dalam mengawal isu perdagangan karbon.

Kompetisi Konstruksi Gagasan Perdagangan Karbon oleh Media Massa

Persaingan media massa dalam mengonstruksi isu perdagangan karbon dilandasi oleh beragam kepentingan. Mulai dari persaingan media massa dengan berbagai platform teknologi, tuntutan pekerjaan dan kemampuan jurnalis secara psikologis, hingga upaya menentukan kebijakan luar negeri

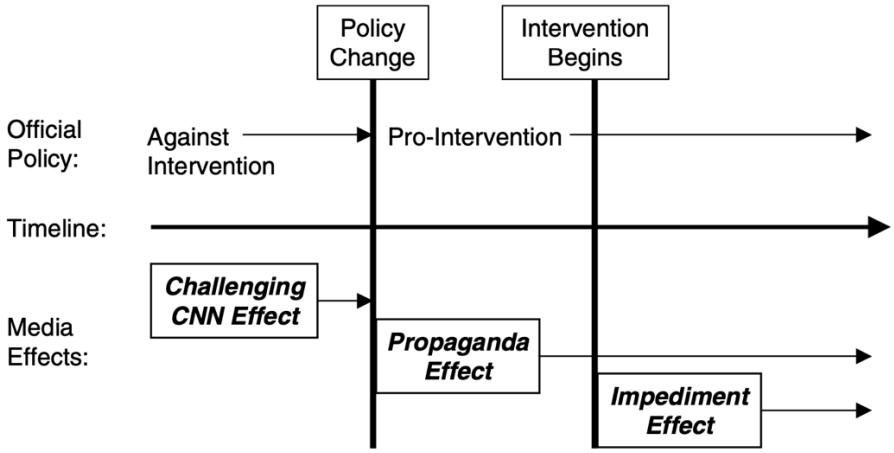
suatu negara melalui opini publik (Utomo, 2023). Agar pembahasan artikel ini tetap relevan dengan studi hubungan internasional, penulis akan menganalisis alasan terakhir.

Graham T. Allison dalam bukunya "*The Essence of Decision*" (1971), menulis bahwa gagasan media massa sangat berpengaruh terhadap proses pembentukan kebijakan luar negeri suatu negara dalam model proses organisasi dan politik birokrasi. Artinya, bagaimana pemerintah dan elite global memeroleh *framing* informasi atas isu global menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan media atau industri media massa. 'Memenangkan' gagasan dilakukan oleh media massa untuk melindungi sumber pendapatan utamanya yang mengandalkan iklan. Hal ini sejalan dengan analogi mendasar konstruktivisme. Revolusi Riza Zulverdi, S. IP, Wakil Pimpinan Redaksi CNN Indonesia dalam wawancaranya pada 23 November hingga 14 Desember 2023, mengamini bahwa media tanpa berita adalah media tanpa iklan, media tanpa iklan adalah media tanpa penghidupan, identitas media lekat dengan berita namun kepentingannya bergantung pada eksistensi iklan. Maka dari itu, industri media melakukan aktivitas 'produksinya secara masif, cepat, dan ekspansif di berbagai platform teknologi. Pada akhirnya, *the CNN effect* bukan hanya menjadi fenomena sosial-budaya, tetapi juga bentuk kompetisi kepentingan ekonomi bagi industri media. Meski demikian, *The CNN effect* bukan perihal CNN semata.

Simbolisasi *The Cable News Network* (CNN) *Effect*

The CNN effect tidak hanya relevan dengan isu keamanan tradisional dan *high politics* (Robinson, 2002). Globalisasi telah melebur batas-batas isu hubungan internasional, sehingga isu *low politics* seperti lingkungan juga merebak secara masif melalui *the CNN effect*. Perdagangan karbon merupakan sebuah isu yang sama sekali bukan isu hubungan internasional. Setidaknya pasca penandatanganan Kyoto Protocol, *global awareness* terhadap perubahan iklim mulai meningkat. Keterlibatan aktor negara dan non negara muncul, mekanismenya berjalan secara transnasional bahkan internasional, dampaknya memengaruhi rencana kebijakan luar negeri negara. Bahador menggunakan istilah *the CNN effect* secara simbolis untuk menjelaskan fenomena jurnalisme dalam hubungan internasional yang jauh lebih kompleks. Simbolisasi ini mengonstruksi makna data dan informasi sebagai *the new oil*, *the new gold*.

Gambar 2. The CNN Effect dalam Kebijakan Luar Negeri



Sumber: Bahador, 2002: halaman 32

Arah pemberitaan media akibat *the CNN effect* memiliki orientasi yang beragam pula. Media-media arus utama dengan afiliasi yang kuat pada partai politik dan institusi politik pemerintah akan bertindak skeptis terhadap intervensi (*against intervention*). Berbanding terbalik dengan media-media baru yang pro terhadap intervensi, menghadirkan perspektif kritis dalam pemberitaan. Anomali ini merupakan salah satu bentuk disrupsi jurnalisme, di mana norma dan praktik jurnalisme mengalami pergeseran spektrum yang signifikan akibat *the CNN effect*.

e-ISSN: 2684-8082 Vol. 6 No.2, Agustus 2024 (115-129) doi: 10.24198/padjirv6i2.52103

Disrupsi Jurnalisme di Prancis dan Indonesia: Memaknai Eksistensi *Digital Born Media*

Sejalan dengan pembahasan latar belakang, disrupsi jurnalisme ditandai dengan kelahiran media-media baru secara global. Di Prancis salah satu media arus utama (*legacy media*) yang vokal melakukan pemberitaan perdagangan karbon adalah France 24 dan Euro News. Pada sisi lain, media baru (*digital born media*) seperti Le Huffington Post dan Mediapart turut hadir sebagai kanal pemberitaan yang kritis dan cenderung skeptis (Nicholls, 2023). Argumentasi ini dapat dibuktikan melalui diksi dan semiotika pemberitaan pada masing-masing platform berita. Frasa "paling hijau" dan "perdagangan karbon membantu …" mengindikasikan dampak positif perdagangan karbon di kawasan Prancis, bahkan Eropa secara regional. Sebaliknya, frasa "tidak semudah …" dan "menurun" mengindikasikan sisi skeptis dan pesimis terhadap perdagangan karbon. Selain konstruksi makna menggunakan diksi dan frasa, konstruksi identitas pemberitaan juga dipengaruhi oleh latar belakang perusahaan media dan industri media massa. France 24 secara historis merupakan stasiun penyiaran publik Prancis yang berada di bawah naungan France Médias Monde milik pemerintah Prancis sejak tahun 1987 (France 24, 2023), begitu pula dengan Euro News yang berada di bawah naungan Asosiasi Penyiaran Eropa sejak tahun 1925. Berbanding terbalik dengan France 24 dan Euro News, Le Huffington Post merupakan perusahaan media yang berbasis di Amerika Serikat, didirikan oleh Arianna Huffington pada tahun 2005, seorang penulis dan juga pengusaha. Selanjutnya, Mediapart merupakan perusahaan pers yang dibentuk oleh Edwy Plenel pada tahun 2008, seorang jurnalis sekaligus pengusaha asal Prancis.

Tabel 2. Pemetaan Headline Berita terhadap Isu Perdagangan Karbon pada Media Massa Prancis Tahun 2023

Media Arus Utama (Legacy Media)	**France 24**	**Euro News**
Judul Berita	 "*Greenest in History': How Paris aims to halve the Olympics' Carbon Footprint"* (25 Agustus 2023) Terjemahan: "Paling hijau dalam sejarah – bagaimana Paris optimis menekan jejak karbon Olympics"	 *"How trading carbon is helping Europe's agricultural Sector"* (12 Desember 2023) Terjemahan: "Bagaimana perdagangan karbon membantu sektor agrikultur Eropa"
Media Baru (Digital-Bron Media)	**Le Huffington Post**	**Mediapart**

Judul Berita	 *"Ce record historique sur le charbon confirme que l'accord de la COP28 n'aura rien de simple"* (15 Desember 2023) Terjemahan: "Catatan historis transisi perdagangan karbon tidak semudah kesepakatan COP 28"	 *"Les émissions de gaz à effet de serre en France baissent encore, mais les efforts doivent se poursuivre"* (26 Desember 2023) Terjemahan: "Nilai tukar emisi karbon Prancis menurun, upaya harus dilakukan"

Sumber: Cabot, 2023, Lahiri, 2023, France-Presse, 2023, dan Huffpost, 2023

Pada belahan dunia yang berbeda, *the CNN effect* faktanya menimbulkan corak yang serupa di Indonesia. Salah satu media arus utama (*legacy media*) yang vokal melakukan pemberitaan perdagangan karbon di Indonesia adalah Cable News Network (CNN) Indonesia dan Consumer News and Business Channel (CNBC) Indonesia. Pada sisi lain, media baru (*digital born media*) seperti The Conversation Indonesia dan Kumparan cenderung memberitakan isu perdagangan karbon dalam konteks skeptis dan kritis. Melalui tabel 3 penggunaan frasa "… *trader* terbesar" dan "fantastis" mengindikasikan konteks berita yang optimis. Berbanding terbalik dengan konten media baru yang ditunjukkan dengan frasa "tak berguna" dan "sepi peminat" yang cenderung skeptis ke arah pesimis. Serupa dengan konstruksi identitas dan kepentingan media massa di Prancis, latar belakang perusahaan media di Indonesia juga memengaruhi artikulasi kepentingannya melalui pemberitaan. CNN Indonesia dan CNBC Indonesia merupakan lembaga independen yang bernaung di bawah korporasi Transmedia dan mendapatkan lisensi hukum secara legal oleh Turner Internasional dan NBC Universal International Networks (Satrivi & Purnama, 2021). Artinya, kepemilikan saham CNN Indonesia dan CNBC Indonesia tidak berada pada satu tangan pemilik modal saja, melainkan sebuah mekanisme perusahaan transnasional yang kompleks. Pada sisi lain, The Conversation Indonesia merupakan *outlet* media nirlaba dengan basis sumber data dari hasil riset dan penelitian. Luaran jurnalistik yang dihasilkan cenderung skeptis dan kritis sebab analisis isu telah melalui proses penelitian yang sistematis. The Conversation Indonesia didirikan oleh Andrew Jaspan, seorang jurnalis sekaligus akademisi asal Australia, pada tahun 2010. Begitu pula dengan Kumparan. Perusahaan ini merupakan platform pemberitaan berbasis teknologi digital, didirikan oleh Hugo Diba, dkk pada tahun 2017. Dengan latar belakang *networking* perusahaan yang terbatas, maka kredibilitas Kumparan dalam studi hubungan internasional terhitung minim. Sebab pemberitaan yang dibawakan terbatas pada isu-isu domestik di Indonesia, terlebih klasifikasinya sebagai media baru (*digital born media*).

Tabel 3. Pemetaan Headline Berita terhadap Isu Perdagangan Karbon pada Media Massa Indonesia Tahun 2023

Media Arus Utama (*Legacy Media*)	***Cable News Network* (CNN) Indonesia**	***Consumer News and Business Channel* (CNBC) Indonesia**

e-ISSN: 2684-8082 Vol. 6 No.2, Agustus 2024 (115-129) doi: 10.24198/padjirv6i2.52103

Judul Berita	"PLN segera masuk bursa karbon Indonesia, siap jadi trader terbesar" (29 September 2023)	"Fantastis! RI bakal untung ribuan triliun dari bursa karbon" (26 September 2023)
Media Baru (*Digital-Born Media*)	**The Conversation Indonesia**	**Kumparan**
Judul Berita	"Penebusan emisi karbon dianggap 'tak berguna', berisiko memperparah perubahan iklim" (27 September 2023)	"Bursa karbon segera meluncur, bakal sepi peminat?" (24 September 2023)

Sumber: CNN Indonesia, 2023, Setiawan, 2023, Jones & Hockley, 2023, dan Sukmawijaya & Rahmatika, 2023

Berlandaskan pada metodologi penelitian, sumber data sekunder yang digunakan terbatas pada artikel berita yang dipublikasi pada rentang waktu 1 Januari hingga 31 Desember 2024. Judul artikel berita yang tidak memuat kata 'karbon' dan frasa 'perdagangan karbon' atau 'emisi karbon' tidak relevan dengan penelitian ini. Dapat dilihat pula, bahwa intensifikasi pemberitaan mengenai perdagangan karbon mengalami puncaknya sejak bulan September 2023. Mengingat perdagangan karbon di Indonesia melalui bursa baru diresmikan oleh Presiden Joko Widodo pada 26 September 2023 di Bursa Karbon Indonesia (BKI). Begitu pula dengan Emanuelle Macron, Presiden Prancis yang menghadiri Conference of the Parties 28 (COP28) sejak 30 November hingga 12 Desember 2023 dengan bursa karbon sebagai salah satu topik pembahasannya.

Penulis menggunakan 4 (empat) berita untuk membandingkan fragmentasi opini media massa di Prancis dan Indonesia. Secara kumulatif terdapat 8 (delapan) artikel yang digunakan. 4 berita di Prancis dengan 2 artikel berita dirilis oleh media arus utama France 24 dan Euro News, serta 2 artikel berita dirilis oleh media baru Le Huffington Post dan Mediapart. Kemudian 4 berita di Indonesia dengan 2 artikel berita dirilis oleh media arus utama CNN Indonesia dan CNBC Indonesia, serta 2 artikel berita dirilis oleh media baru The Conversation Indonesia dan Kumparan. Setelah melalui riset dan pencarian menyeluruh, hanya delapan artikel berita tersebut yang dirilis dalam rentang waktu 1 Januari hingga 31 Desember 2023 dan memuat kata 'karbon' dan frasa 'perdagangan karbon' atau 'emisi karbon' pada judulnya. Artikel berita lain di luar batasan tersebut telah direduksi dan tidak relevan dengan penelitian ini.

Prancis, Tuan Rumah Olympics Ramah Lingkungan dan Ambisi Perdagangan Karbon Indonesia: Analisis Identitas Negara melalui Perspektif Konstruktivisme

Melalui pengelompokan data tersebut, dapat dilihat bahwa manifestasi nilai kebebasan pers terwujud dengan eksistensi media baru (*digital born media*) sebagai sandingan media arus utama (*legacy media*). Hal ini didukung dengan asumsi dasar konstruktivisme, bahwa media massa sebagai produk sosial, mampu melegitimasi identitas negara. Konstruksi identitas tersebut membentuk perspektif publik menjadi 2 (dua) sisi yang kontras, yakni optimis dan skeptis. Fragmentasi ini disebut sebagai disrupsi jurnalisme.

Publikasi France 24 yang ditulis oleh Cabot C. pada 25 Agustus 2023 "*Greenest in History': How Paris aims to halve the Olympics' Carbon Footprint"* jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi "Paling hijau dalam sejarah – bagaimana Paris optimis menekan jejak karbon Olimpiade". Artikel ini menjelaskan kontribusi Prancis dalam bursa karbon guna menyambut perhelatan Paris 2024 Olympics pada tahun 2024. Hasilnya, pada tahun 2024 Prancis dinobatkan sebagai tuan rumah Olympics paling ramah lingkungan oleh Komite Nasional Olympic (Gavin, 2024). Emanuelle Macron pada akhir jabatannya, mendukung agenda ini dengan membatasi jejak karbon industri besar di Prancis seperti Airbus, Danone, dan L'Oréal. Selain itu, publikasi Euro News yang ditulis oleh Lahiri pada 12 Desember 2023 "*How trading carbon is helping Europe's agricultural Sector*" jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi "Bagaimana perdagangan karbon membantu sektor agrikultur Eropa" memiliki argumen yang sama dengan publikasi France 24. Pasalnya dalam Paris 2024 Olympics, konsumsi yang disediakan untuk atlet internasional tidak lagi diproduksi oleh industri besar, melainkan melibatkan petani lokal sebagai upaya menekan emisi karbon Prancis. Dari 13 juta makanan utama yang dihidangkan, 80% menggunakan komoditas lokal Prancis dan 30% bahan organik (Albert, 2023). Hal ini membuktikan bahwa pemberitaan perdagangan karbon secara optimis di Prancis secara tidak langsung mendukung agenda pemerintah setempat dalam menyambut perhelatan Paris 2024 Olympics. Meski demikian, disrupsi jurnalisme dari media baru juga perlu dianalisis.

Le Huffington Post pada 15 Desember 2023 merilis artikel berita yang berjudul *"Ce record historique sur le charbon confirme que l'accord de la COP28 n'aura rien de simple"*, jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi "Catatan historis transisi perdagangan karbon tidak semudah kesepakatan COP 28". Mediapart mengkritisi bahwa perdagangan karbon dalam aliansi COP28 merupakan hal yang kompleks, terutama posisi Arab Saudi yang mengedepankan kepentingan bahan bakar fosilnya. Kemudian, Mediapart pada 26 Desember 2023 merilis artikel berita "*Les émissions de gaz à effet de serre en France baissent encore, mais les efforts doivent se poursuivre*", jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi "Nilai tukar emisi karbon Prancis menurun, upaya harus dilakukan". Artikel ini memaparkan bahwa nilai tukar emisi karbon Prancis di kawasan Eropa menurun, hal ini diakibatkan oleh produksi karbon yang terus meningkat melewati ambang batas dan pemerintah tidak melakukan transaksi jual-beli dengan negara-negara di kawasan Eropa sebagai aliansi Prancis yang paling fundamental. Kedua artikel ini membentuk persepsi publik bahwa agenda perdagangan karbon Prancis tidak selalu optimis. Terdapat isu-isu yang perlu digarisbawahi, sehingga masyarakat bisa berpikir secara kritis.

Tidak hanya di Prancis, disrupsi jurnalisme ini juga terjadi di Indonesia, utamanya pasca Presiden Joko Widodo meresmikan bursa karbon Indonesia pada 26 September 2023. CNN Indonesia pada 29 September 2023 mengunggah artikel berita bertajuk "PLN segera masuk bursa karbon Indonesia, siap jadi *trader* terbesar". Wakil Pimpinan Redaksi CNN Indonesia, Revolusi Riza Zulverdi dalam wawancaranya menegaskan bahwa PLN Indonesia sebagai perusahaan listrik negara satu-satunya di Indonesia sangat agresif terhadap transisi energi. Zulverdi mewakili CNN Indonesia yang bekerja sama dengan Indonesia Stock Exchange (IDX) atau Bursa Efek Indonesia menemukan bahwa PLN mengoperasikan pembangkit listrik tenaga gas uap di Muara Karang untuk menekan produksi Karbon Dioksida dari pembangkit listrik biasa yang menggunakan bahan bakar fosil. Selain itu, CNBC Indonesia pada 26 September 2023 merilis publikasi bertajuk "Fantastis! RI bakal untung ribuan triliun dari bursa karbon". Artikel ini menjabarkan kalkulasi matematis keuntungan yang dapat diperoleh Indonesia dari bursa karbon yakni mencapai 3.000 triliun rupiah. Kedua artikel tersebut menunjukkan kepada publik bahwa meskipun Indonesia baru gencar melakukan perdagangan karbon pada tahun 2023, tetapi lembaga pemerintah seperti PLN telah siap dilibatkan. Terlebih dengan

keuntungan yang telah disebut oleh CNBC Indonesia. Meski demikian, kontradiksi dari media baru juga tidak kalah penting.

The Conversation Indonesia bersama Jones dan Hockley pada 27 September 2023 merilis artikel berjudul "Penebusan emisi karbon dianggap 'tak berguna', berisiko memperparah perubahan iklim". Pasalnya, perdagangan karbon merupakan manifestasi sistem kapitalisme yang menggunakan alam sebagai nilai tukarnya. Terdapat risiko yang hanya akan memperburuk perubahan iklim di Indonesia. Ambil contoh Kalimantan Barat dan Timur yang kaya akan lahan gambut dan perkebunan kelapa sawit. Area tersebut merupakan wilayah *offset* (pembuangan jejak karbon) terbesar di Indonesia. Kekhawatiran The Conversation Indonesia adalah, jika ambang batas industri terus meningkat untuk melakukan produksi dan menghasilkan karbon, maka wilayah seperti Kalimantan Barat dan Timur akan dirugikan secara ekologis. Konteks lain disampaikan oleh Kumparan dalam publikasinya pada 24 September 2023 berjudul "Bursa karbon segera meluncur, bakal sepi peminat?". Dalam hal ini, bursa karbon Indonesia akan sepi peminat sebab belum difasilitasi oleh legalitas hukum dan instrumen keuangan yang sah. Kumparan menjelaskan bahwa Indonesia tidak memiliki daftar pajak karbon yang tetap, sehingga minat investasi tidak akan meningkat secara signifikan. Baik publikasi The Conversation Indonesia maupun Kumparan menjelaskan bahwa ambisi Indonesia dalam perdagangan karbon masih problematik. Opini publik diarahkan untuk berpikir kritis menanggapi peluang tersebut.

Hasil analisis tersebut menjawab rumusan masalah penelitian ini. Bahwa disrupsi jurnalisme melalui eksistensi media baru seperti Le Huffington Post, Mediapart, The Conversation Indonesia, dan Kumparan, sebagai sandingan media arus utama seperti France 24, Euro News, CNN Indonesia, dan CNBC Indonesia memiliki dua fragmentasi opini yang berbeda, yakni optimis dan skeptis terhadap isu perdagangan karbon. Disrupsi ini tidak akan terjadi tanpa adanya *the CNN effect*, yakni konsep yang menjelaskan fenomena penyebaran berita secara global, masif, dan *real-time*. Analisis menunjukkan bahwa fragmentasi opini media baru dan media arus utama adalah hal yang rasional dalam perspektif media sebagai aktor non-negara. Dikatakan rasional sebab pola pemberitaan senantiasa mengalami komodifikasi seiring berkembangnya teknologi digital dan isu global seperti perdagangan karbon. Pada sisi lain, fragmentasi tersebut juga memengaruhi identitas negara pada sistem politik internasional. Artinya, pola pemberitaan media mampu merepresentasikan kepentingan negara dalam hubungan internasional. Maka dari itu, disrupsi jurnalisme kini menjadi produk pemikiran konstruktivisme. Artikel ini menjelaskan efek disrupsi France 24, Euro News, Le Huffington Post, dan Mediapart terhadap identitas Prancis sebagai tuan rumah Paris 2024 Olympics yang paling ramah lingkungan sepanjang sejarah. Sekaligus menjelaskan efek disrupsi CNN Indonesia, CNBC Indonesia, The Conversation Indonesia, dan Kumparan bagi identitas Indonesia dan ambisinya dengan perdagangan karbon yang baru diratifikasi ke dalam kebijakan negara pada akhir tahun 2023.

KESIMPULAN

Penelitian ini menjelaskan fragmentasi opini antara media arus utama (*digital born media*) dan media arus utama (*legacy media*) terhadap isu perdagangan karbon, khususnya di Prancis serta Indonesia pada tahun 2023. Fragmentasi tersebut dijelaskan melalui konsep disrupsi jurnalisme, yang merupakan akibat *the CNN effect* yakni proses penyebaran berita secara masif, ekspansif, dan *real-time* di seluruh dunia. Hasil analisis menyimpulkan bahwa disrupsi jurnalisme merupakan produk pemikiran konstruktivisme. Hal ini dibuktikan dengan eksistensi media baru (*digital born media*) di Prancis seperti Le Huffington Post dan Mediapart sebagai sandingan media arus utama (*legacy media*) seperti France 24 dan Euro News. Serta media baru di Indonesia seperti The Conversation Indonesia dan Kumparan sebagai sandingan media arus utama seperti CNN Indonesia dan CNBC Indonesia. Dikatakan sebagai produk pemikiran konstruktivisme, sebab artikel berita yang dirilis oleh media massa tersebut mendukung pembentukan identitas kedua negara dalam politik global. Baik bagi Prancis dengan identitasnya sebagai tuan rumah Paris 2024 Olympics yang paling ramah lingkungan sepanjang sejarah, maupun bagi identitas Indonesia yang baru meratifikasi kebijakan perdagangan karbon menjadi kebijakan negaranya pada tahun 2023. Pada sisi lain, meskipun menggunakan diksi

yang skeptis, kritisi media baru nyatanya disajikan secara rasional. Sebab norma dan praktik jurnalisme pada prinsipnya berpegang teguh pada aspek netralitas dan independensi.

Simpulan ini linear dengan asumsi dasar konstruktivisme, bahwa aktor-aktor non negara secara berkesinambungan mengonstruksi identitas dan realitas sosial melalui aksi, interaksi, dan produk sosialnya seperti melalui berita. Maka dari itu, legitimasi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah di Prancis dan Indonesia dalam konteks perdagangan karbon, secara tidak langsung dipengaruhi oleh media baru dan media arus utama. Temuan ini menimbulkan kebaruan, sebab media baru kini melengkapi taksonomi media massa sebagai aktor non-negara dalam kajian Ilmu Hubungan Internasional. Meski demikian, analisis lebih lanjut terhadap dampak disrupsi jurnalisme dalam studi Hubungan Internasional perlu dilakukan. Sebab, teori ini terbilang baru dan harus diperkaya secara kontinu.

DAFTAR PUSTAKA

Allison, G. T. (1971). *Essence of decision: Explaining the Cuban Missile Crisis 1st ed*. Longman.

Allison, G. T. (1999). *Essence of decision: Explaining the Cuban Missile Crisis 3rd ed*. Longman.

Bahador, B. (2007). *The CNN Effect in Action*. Springer.

Brown, C. (2019). *Understanding International Relations*. Red Globe Press.

CNN Id. (2023). *PLN Segera Masuk Bursa Karbon Indonesia, Siap Jadi Trader Terbesar*. Ekonomi. https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230929093230-625-1005001/pln-segera-masuk-bursa-karbon-indonesia-siap-jadi-trader-terbesar

Euro News & Lahiri, I. (2023). *How trading carbon is helping Europe's agricultural sector*. https://www.euronews.com/business/2023/12/12/how-trading-carbon-is-helping-europes-agricultural-sector

France 24 & Cabot, C. (2023). *Greenest in history: How Paris aims to halve the Olympics' carbon footprint*. https://www.france24.com/en/france/20230725-greenest-in-history-how-paris-aims-to-halve-the-olympics-carbon-footprint

France-Presse, A. (2023). *Les émissions de gaz à effet de serre en France baissent encore, mais les efforts doivent se poursuivre*. Mediapart. https://www.mediapart.fr/journal/fil-dactualites/261223/les-emissions-de-gaz-effet-de-serre-en-france-baissent-encore-mais-les-efforts-doivent-se-poursui

Gavin, M. (2024). *How the Paris Olympic is Going Green to Help Protect The Environment*. Inggris: NBC Boston. https://www.nbcboston.com/paris-2024-summer-olympics/paris-olympics-2024-carbon-footprint/3345708/

Le Huff Post. (2023). *Ce record historique sur le charbon confirme que l'accord de la COP28 n'aura rien de simple*. Le HuffPost. https://www.huffingtonpost.fr/environnement/article/apres-la-cop28-a-dubai-ce-record-historique-sur-le-charbon-en-2023-n-a-rien-d-une-bonne-nouvelle_227067.html

Nicholls, T., Shabbir, N., & Nielsen, R. (2023). *Digital-born news media in europe*. University of Oxford.

Olympics. (2023). *Paris 2024: Raising The Bar For More Sustainable Sporting Events*. https://olympics.com/ioc/opinion/paris-2024-raising-the-bar-for-more-sustainable-sporting-events

Prisandy, R.F. dan Marwa (2023). *Perdagangan Karbon dalam Kerangka Megashift Perubahan Iklim*. Hal 229-243 dimuat dalam *Ilmu Sosial Politik Masa Depan: Menjawab Megashift?* Yogyakarta: UGM Press. ISBN: 978-623-359-196-6

Robinson, P. (2005). *The CNN Effect*. Routledge.

Rosyidin, M. (2015). *The power of ideas : konstruktivisme dalam studi hubungan internasional*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Sagoff, M. (2008). On the Economic Value of Ecosystem Services. *Environmental Values*, *17*(2), 239–257. https://doi.org/10.3197/096327108x303873

Satrivi, N., & Purnama, C. (2021). Pembentukan Opini Publik Indonesia oleh Cable News Network (CNN) Indonesia Berkenaan dengan Isu Sampah Plastik. *Padjadjaran Journal of International Relations*, *3*(2), 228–241. https://doi.org/10.24198/padjir.v3i2.31172.33515

Setiawan, V. N. (2023). *Fantastis! RI Bakal Untung Ribuan Triliun dari Bursa Karbon*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/news/20230926192915-4-475784/fantastis-ri-bakal-untung-ribuan-triliun-dari-bursa-karbon

Sukmawijaya, A., & Rahmatika, G. (2023). *Bursa Karbon Segera Meluncur, Bakal Sepi Peminat?* Kumparan. https://kumparan.com/kumparanbisnis/bursa-karbon-segera-meluncur-bakal-sepi-peminat-21FfDt0kedp/full

The Conversation Id, dkk. (2023). *Penebusan emisi karbon dianggap "tak berguna", berisiko memperparah perubahan iklim*. The Conversation. https://theconversation.com/penebusan-emisi-karbon-dianggap-tak-berguna-berisiko-memperparah-perubahan-iklim-214416

Utomo, W.P. (2023). *Disrupsi, Inovasi, dan Kompetisi: Jurnalisme di Era Transformasi Digital*. Hal 105-118, dimuat dalam *Ilmu Sosial Politik Masa Depan: Menjawab Megashift?* Yogyakarta: UGM Press. ISBN: 978-623-359-196-6

Wendt, A. (2003). *Social Theory of International Politics*. Amerika Serikat: Cambdrige University Press. ISBN 0-511-02166-6

Winanti, P. S., & Mas'udi, W. (2023). *Ilmu Sosial Politik Masa Depan: Menjawab Megashift?* Yogyakarta: UGM Press. ISBN: 978-623-359-196-6

BIOGRAFI

Made Djayantari adalah mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayama Angkatan 2022. Tertarik mengkaji tentang Politik Global, Kebijakan Luar Negeri, dan Studi Budaya. Secara profesional merupakan penyiar berita pada TVRI Stasiun Bali.

Ni Nyoman Clara Listya Dewi adalah dosen Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana. Tertarik mengkaji tentang Politik Global, Ekonomi Politik Global, serta Organisasi dan Kerjasama Internasional.