

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Surat Kabar

Assegaf (1985:140) memberi definisi surat kabar sebagai penerbitan yang berupa lembaran berisi berita-berita, karangan-karangan dan iklan yang dicetak dan terbit secara tetap atau periodik dan dijual untuk umum. Menurut Effendi surat kabar mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Publisitas

Penyebaran kepada publik atau khalayak.

2. Periodisitas

Suatu keteraturan terbitnya surat kabar. Keteraturan itu bisa terbit setiap hari, minggu, sebulan ataupun sebagainya.

3. Universalitas

Mencakup keberagaman isi, mencakup berita ekonomi, politik, sosial, budaya, olahraga, kriminal, dan sebagainya.

4. Aktualitas

Berkaitan dengan termasnya (baru) suatu berita. Berita yang diangkat bisa baru dalam arti kejadian tersebut baru terjadi atau sedang hangat dibicarakan

ataupun baru dalam artian kejadian tersebut baru pertama kali dimuat dan belum pernah disiarkan oleh media massa lain (Effendi, 1992:62).

Effendi merumuskan sifat surat kabar sebagai berikut:

1. Terekam, yang berarti bahwa berita-berita yang disiarkan oleh surat kabar tersusun dalam alinea, kalimat dan kata-kata yang terdiri atas huruf yang dicetak pada kertas. Dengan demikian, setiap peristiwa atau hal-hal yang diberitakan terekam sedemikian rupa sehingga dapat dibaca setiap saat dan dapat dikaji ulang, dijadikan bahan dokumen, dan dapat dipakai sebagai bukti untuk keperluan tertentu.
2. Menimbulkan perangkat moral secara aktif, karena berita surat kabar yang dikomunikasikan pada khalayak menggunakan bahasa yang tercetak “mati” di atas kertas. Oleh karena itu untuk memahaminya pembaca harus menggunakan perangkat mentalnya secara aktif. Wartawan yang menyusun harus menggunakan bahasa yang umum dan lazim sehingga para pembaca surat kabar yang sangat heterogen akan mudah memahami maksud berita (Effendi, 1999:56).

Fungsi surat kabar adalah sebagai berikut :

1. Menyiarkan informasi
2. Mendidik
3. Menghibur (Effendi, 2000: 149-150).

2.1.2 Surat Kabar Daerah

Menurut wilayah atau cakupan distribusinya, surat kabar dapat dibedakan menjadi surat kabar daerah dan surat kabar nasional. Perbedaan utama dari dua jenis surat kabar ini adalah pada surat kabar daerah lebih mengedepankan identitas kedaerahan dan segmentasi pembacanya diprioritaskan pada daerah di mana surat kabar tersebut berada, hal ini terlihat dari isi berita yang mengutamakan porsi berita daerah lebih besar dari pada berita nasional maupun internasional. (DjuROTO, 1999:45-46).

Menurut Indrawati Tamin (dalam Flournoy: 1986), yang menjadi karakteristik utama dalam surat kabar daerah dan sekaligus membedakannya dengan surat kabar nasional adalah dengan lebih banyaknya porsi halaman untuk berita-berita daerah atau tempat peredaran terbitan. Contoh dari surat kabar daerah antara lain Lampung Post, Tribun Lampung, Radar Lampung, Sumatera Ekspres, dsb.

Berdasarkan definisi di atas, surat kabar daerah adalah surat kabar lokal yang memiliki warna daerahnya, tetapi tidak hanya sekedar menempel pada identitas daerah. Sesuai dengan namanya, surat kabar lokal lebih fokus terhadap permasalahan yang terjadi di daerahnya, dibandingkan dengan surat kabar nasional. Perkembangan surat kabar lokal juga mendukung pelaksanaan otonomi daerah.

2.1.3 Berita

Secara Etimologi istilah berita dalam bahasa Indonesia mendekati istilah “bericht”, dalam bahasa Belanda istilah “bericht (en)” dijelaskan sebagai

“mededelif” (pengumuman) yang berakar kata dari “made (delen)” dengan sinonim pada “bekerd maker” (memberitahukan, mengumumkan, membuat terkenal) dan “vertelen” (memberitakan atau memberitahukan).

Menurut Nancy Nasution, berita adalah laporan tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi, yang ingin diketahui oleh umum, dengan sifat-sifat aktual, terjadi di lingkungan pembaca, mengenai tokoh terkemuka, akibat peristiwa tersebut berpengaruh terhadap pembaca (Basuki 1983:1 dalam Skripsi Erie Khafif Mufti: 2009). Berita dapat dikaitkan dengan laporan kejadian atau peristiwa yang terjadi. Berita adalah kabar keseharian, laporan kejadian yang menarik; berita adalah realitas-tangan-kedua (*second-hand-reality*); berita tidak hanya kejadian yang kebetulan, berita ternyata bisa dibuat dan direkayasa. Dari pengertian di atas, maka yang dimaksud dengan berita adalah representasi dari kejadian/ peristiwa penting dan menarik yang benar-benar terjadi, yang ditampilkan oleh media massa.

2.1.4 Struktur Berita

Sebuah kisah berita seperti sebuah bangunan, maka tampaklah bahwa cerita itu merupakan sebuah struktur bangunan kisah dengan bagian-bagiannya. Sebuah berita secara sederhana terdiri dari : judul, *lead*/intro, tubuh berita, dan penutup. Struktur berita yang selalu ada pada sebuah berita terdiri dari:

1. *Headline* atau kepala berita

Kepala biasa disebut judul. Sering juga dilengkapi dengan anak judul.

2. *Deadline*

Ada yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Tujuannya adalah untuk menunjukkan tempat kejadian dan inisial media.

3. *Lead*

Lazim disebut teras berita. Ia merupakan sari pati sebuah berita, yang melukiskan seluruh berita secara singkat. Dalam penulisan *lead* untuk media, ada beberapa macam *lead* yang juga bergantung pada kandungan isi, cara penyajian atau media yang digunakan.

4. *Body*

Adalah tubuh berita. Isinya menceritakan peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas. Dengan demikian *body* merupakan perkembangan berita (Basuki 1983:22-25 dalam Skripsi Erie Khafif Mufti: 2009).

2.1.5 Jenis Berita Berdasarkan Bentuk Penyajian

Menurut Idiwan (2003:43 dalam Suci Minatiasih, Skripsi), dalam “Dasar-Dasar Jurnalistik”, ada jenis-jenis berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik antara lain :

1. Berita lempang atau *straight news* adalah berita yang langsung pada sasaran (*news with strong claim of public attention*). Diberitakan tanpa mencampurkan dengan opini penulis, dan disiarkan secara cepat dengan batas penyiaran biasanya 24 jam.
2. Berita bertafsir, adalah berita yang tidak sekedar menyampaikan fakta sebagaimana adanya tetapi juga memberikan latar belakang (sebab akibat

peristiwa terjadi) keadaan yang mungkin berkembang atau yang mungkin terjadi.

3. Berita investigatif, adalah berita yang dihasilkan lewat sebuah proses penyelidikan atau investigasi yang biasanya berangkat dari keresahan atau kasus penting yang perlu diketahui oleh masyarakat luas. Seringkali wartawan mendapatkan berita berdasarkan pendapat dari sumber berita yang ingin jati dirinya dirahasiakan.
4. Berita kedalaman, adalah nyaris sama dengan berita investigatif. Bedanya berita ini tidak ditulis berdasarkan pengungkapan sesuatu yang dirahasiakan, tapi lebih jauh mencari tali temali sesuatu sehingga pembaca memperoleh pemahaman yang lebih jelas tentang duduk perkara sesuatu.
5. Analisis berita, adalah berita yang berkedalaman namun menyajikan juga kemungkinan yang akan dan bisa terjadi sehubungan dengan peristiwa yang menjadi topik penulisan.

2.1.6 Nilai Berita

Sebuah berita layak diangkat sebagai berita karena ia dipandang memiliki nilai berita (*news value*). Semakin tinggi nilai beritanya semakin layak ia diangkat sebagai berita. Peristiwa-peristiwa dan situasi-situasi tertentu bisa dipandang sebagai layak berita (*newsworthy*) karena umumnya hal tersebut memiliki karakteristik.

Di Amerika Serikat, seperti kata Doris A. Graber, nilai berita yang banyak dianut media massa adalah: luar biasa, menghibur, tidak asing, dekat, konflik, dan

kekerasan (Graber 1993: 131). Di Indonesia, nilai berita yang memasyarakat adalah penting, terkenal, luar biasa, dekat, aktual, dan manusiawi. Meskipun demikian, tidak ada satu kekuatan pun yang bisa memaksa media massa, baik di Amerika Serikat maupun di Indonesia, untuk memenuhi nilai berita yang umum tersebut. Semua media massa bebas menentukan nilai berita yang akan dianut. Sejumlah faktor yang membuat sebuah kejadian memiliki nilai berita (*news value*), adalah :

1. Keluarbiasaan (*unusualness*)

Dalam pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa biasa. Berita adalah suatu peristiwa luar biasa (*news is unusual*). Untuk menunjukkan berita bukanlah suatu peristiwa biasa, Lord Northcliffe menegaskan (Mot, 1958 dalam Sumadira, 2005:81), apabila ada orang digigit anjing maka itu bukanlah berita, tetapi sebaliknya apabila orang menggigit anjing maka itulah berita.

2. Akibat (*impact*)

Berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat. Semakin besar dampak sosial, budaya, ekonomi atau politik yang ditimbulkannya, maka semakin besar nilai berita yang dikandungnya. Dampak suatu pemberitaan bergantung pada beberapa hal, yakni seberapa banyak khalayak yang terpengaruh, pemberitaan itu langsung mengena kepada khalayak atau tidak, dan segera tidaknya efek berita itu menyentuh khalayak media surat kabar, radio, atau televisi yang melaporkannya.

3. Aktual (*timeliness*)

Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Secara sederhana aktual berarti menunjuk pada peristiwa yang baru atau yang sedang terjadi. Sesuai

dengan definisi jurnalistik, media massa haruslah memuat atau menyiarkan berita-berita aktual yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Kebaruan atau aktualitas itu terbagi dalam tiga kategori, yaitu : aktualitas kalender, aktualitas waktu dan aktualitas masalah.

4. Kedekatan (*proximity*)

Berita adalah kedekatan, yang mengandung dua arti yaitu kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita. Sedangkan kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita.

5. Konflik (*conflict*)

Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan. Berita konflik adalah berita tentang pertentangan dua belah pihak atau lebih, menimbulkan dua sisi reaksi dan akibat yang berlawanan. Ada pihak yang setuju (*pro*) dan ada juga pihak yang kontra.

6. Orang Penting (*news maker, prominence*)

Berita adalah tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, publik figur. Jangankan ucapan dan tingkah lakunya, namanya saja sudah membuat berita. Teori jurnalistik menegaskan, nama menciptakan berita (*names makes news*). Kehidupan para publik figur memang dijadikan ladang emas bagi pers dan media massa terutama televisi.

7. Ketertarikan Manusiawi (*human interest*)

Kadang-kadang suatu peristiwa tak menimbulkan efek berarti pada seseorang, sekelompok orang, atau bahkan lebih jauh lagi pada suatu masyarakat tetapi telah

menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan, dan alam perasaannya. Hanya karena naluri, nurani dan suasana hati kita merasa terusik, maka peristiwa itu tetap mengandung nilai berita. Para praktisi jurnalistik mengelompokkan kisah-kisah *human interest* ke dalam berita ringan, berita lunak (*soft news*).

2.1.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Isi Media

Media merupakan lapangan tempat pembentukan makna. Lebih jauh, media dipandang memiliki peran untuk membentuk “*production of consent*”, bukannya “*reflection of consensus*” yang sudah ada di masyarakat (Griffin, Em, 2000: 338-340). Organisasi media dan individu yang bekerja di dalam media berperan besar dalam proses konstruksi realitas ini.

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Resse (1996) mengatakan isi media dipengaruhi oleh berbagai faktor yang terkandung dalam beberapa level :

1. Level individual

Level individu penting karena adanya kecenderungan bahwa latar belakang berpengaruh terhadap cara kita memandang dunia. Dalam produksi isi media, para pekerja media membantu mendefinisikan perilaku apakah yang dapat diterima atau tidak dalam masyarakat. Oleh karena itulah, dibutuhkan individu yang mampu berfikir kritis dalam menanggapi berbagai isu dan peristiwa.

2. Level rutinitas media (*media routine*)

Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan artikel berita. Struktur berutinitas tinggi ini sering kali kurang fleksibel karena setiap

pekerja hanya menguasai bidang yang bisa ditanganinya (Shoemaker dan Resse, 1996:48-49). Rutinitas ini mengarahkan pekerja media untuk selalu bekerja sesuai dengan cerita apa yang tersedia, dapat menarik perhatian *audiens*, dan mampu memenuhi kebutuhan organisasi (ruang, persyaratan, dll). Media tidak akan mampu menanggulangi kejadian-kejadian tak terduga dan tak terbatas yang terjadi setiap hari tanpa sistem. Organisasi media harus mengatur rutinitas kerja untuk mengontrolnya.

3. Level organisasi

Level organisasi menekankan perbedaan-perbedaan pada peran organisasional, struktur internal, tujuan, teknologi dan pasar yang terbentuk dari faktor kepemilikan, tujuan dan kebijakan organisasi. McQuail (1996:167) mengatakan bahwa sebab-sebab organisatoris/teknik dapat menimbulkan konsekuensi ideologis yang tampak pada gambaran dunia yang ditampilkan oleh media.

Organisasi dapat didefinisikan sebagai kesatuan ekonomi secara sosial, formal, dengan memanfaatkan pekerja media untuk memproduksi isi media. Organisasi diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu, dibentuk oleh bagian-bagian yang saling terikat, dan tersusun secara birokratis agar anggotanya menjalankan fungsi yang terspesialisasi, dalam aturan standar.

4. Level ekstramedia/ di luar organisasi media

Level ekstramedia berhubungan dengan kepentingan organisasi lain di luar media yang bersangkutan termasuk di dalamnya adalah pengiklan yang mempertimbangkan *rating* dan *market share audiens*, kebijakan/ kontrol

pemerintah, lingkungan bisnis yang berhubungan dengan kompetisi, karakteristik pasar, afiliasi institusi dan teknologi.

5. Level ideologi

Ideologi di sini diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang digunakan individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Ideologi adalah mekanisme simbolik yang berfungsi sebagai kekuatan kohesif dan integratif dalam masyarakat. Raymond Williams (1977) mendefinisikan ideologi sebagai sebuah sistem makna, nilai dan kepercayaan secara relatif formal dan terartikulasi, yang dapat dianggap sebagai sebuah *world view* atau cara pandang kelas tertentu terhadap dunia luar. Ideologi bukanlah sistem kepercayaan pribadi, melainkan mewakili fenomena di level sosial (Shoemaker & Resse, 1996:222)

2.1.9 Teori Agenda Setting

Teori Penentuan Agenda (bahasa Inggris: *Agenda Setting Theory*) adalah teori yang menyatakan bahwa media massa merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. (McComb dan Reynolds, 2002 dalam Mulyadi; internet) menjelaskan bahwa peran agenda-setting adalah kemampuan media massa untuk mempengaruhi topik yang dianggap penting dalam agenda publik. Atau, dalam bahasa Severin & Tankard (1988: 264 dalam Mulyadi; internet), agenda-setting merupakan gagasan

bahwa media, melalui berita yang disampaikan, akan menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik.

Teori Agenda Setting pertama dikemukakan oleh Walter Lippman (1965) pada konsep "*The World Outside and the Picture in our head*", penelitian empiris teori ini dilakukan Mc Combs dan Shaw ketika mereka meneliti pemilihan presiden tahun 1972. Mereka mengatakan antara lain walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat yang konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita, ketika mereka melaksanakan tugas keseharian mereka dalam menonjolkan berita. Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa.

Dampak media massa, kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif di antara individu-individu, telah dijuluki sebagai fungsi agenda setting dari komunikasi massa. Disinilah terletak efek komunikasi massa yang terpenting, kemampuan media untuk menstruktur dunia untuk khalayak.

Faktor-faktor yang mempengaruhi ada tidaknya agenda setting adalah *framing; priming*; frekuensi dan intensitas pemberitaan/penayangan; dan kredibilitas media di kalangan audiens. Framing adalah sebuah proses yang mana jurnalis, reporter, editor mengemas isu/kejadian menjadi sajian yang lebih menyentuh dan lebih menarik. Bagaimana isu/kejadian dikemas merupakan faktor

penentu terhadap derajat pentingnya isu di kalangan audiens. Framing yang dilakukan media membuat suatu berita terus menerus ditayangkan di media sehingga muncul agenda publik. Framing adalah proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Masyarakat akan menjadikan topik utama yang diangkat oleh media sebagai bahan perbincangan sehari-hari. Pengaruh dari teori agenda setting terhadap masyarakat dan budaya sangat besar, bahkan hingga menyentuh lapisan masyarakat menengah ke bawah. Sedangkan priming mengacu pada sebuah metafora, yaitu kemampuan program pemberitaan untuk mempengaruhi kriteria yang dapat digunakan oleh para individu untuk menilai performance pemimpin politik mereka.

2.1.10 Studi Komparatif

Dalam kamus besar bahasa Indonesia yang dimaksud dengan studi adalah penelitian ilmiah, kajian, telaahan. Sedangkan pengertian komparatif adalah berdasarkan perbandingan. Van Dalen dalam Suharsimi Arikunto (1993: 23) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan dua atau tiga kejadian dengan melihat penyebab-penyebabnya.

Perbandingan berasal dari kata banding, yang artinya timbang, yaitu menentukan bobot dari sesuatu objek atau beberapa objek. Dengan demikian, kata perbandingan dapat disamakan dengan pertimbangan, yaitu perbuatan

menentukan bobot sesuatu atau beberapa objek, di mana untuk keperluan tersebut objek atau objek-objek disejajarkan dengan alat pembandingnya.

Jadi studi komparatif adalah suatu penelitian ilmiah yang membandingkan dua atau lebih (variabel atau gejala) untuk mengungkapkan persamaan dan perbedaannya. Studi komparatif hanya akan terjadi jika terdapat dua variabel atau lebih sebagai alat pembandingnya. Dalam penelitian ini, studi komparatif berarti perbandingan konstruksi berita ekonomi yang terdapat pada SKH Lampung Post dan Tribun Lampung untuk mengetahui gambaran berita pada kedua surat kabar.

Sebagai dasar perbandingan adalah desain analisis isi uji beda, yaitu perbandingan antar-komunikator dengan tujuan untuk melakukan perbandingan isi pesan berdasarkan komunikator yang berbeda.

2.2 Tinjauan Ekonomi Bidang Pertanian

2.2.1 Tinjauan Ekonomi

Secara umum, ekonomi adalah sebuah bidang kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat dan negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Ekonomi merupakan ilmu tentang perilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan atau distribusi.

Kata "ekonomi" sendiri berasal dari kata Yunani οἶκος (*oikos*) yang berarti "keluarga, rumah tangga" dan νόμος (*nomos*), atau "peraturan, aturan, hukum,"

dan secara garis besar diartikan sebagai "aturan rumah tangga" atau "manajemen rumah tangga." Sementara yang dimaksud dengan ahli ekonomi atau ekonom adalah orang menggunakan konsep ekonomi dan data dalam bekerja.

Ekonomi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti hal keuangan, perindustrian, dan perdagangan); pemanfaatan uang, tenaga, waktu, dsb. yang berharga; tata kehidupan perekonomian (suatu negara); urusan keuangan rumah tangga (organisasi, negara).

Secara umum, subyek dalam ekonomi dapat dibagi dengan beberapa cara, yang paling terkenal adalah mikro ekonomi versus makro ekonomi. Tindakan ekonomi adalah setiap usaha manusia yang dilandasi oleh pilihan yang paling baik dan paling menguntungkan. Motif ekonomi adalah alasan ataupun tujuan seseorang sehingga seseorang itu melakukan tindakan ekonomi. Prinsip ekonomi merupakan pedoman untuk melakukan tindakan ekonomi yang di dalamnya terkandung asas dengan pengorbanan tertentu diperoleh hasil yang maksimal.

2.2.2 Tinjauan Ekonomi Bidang Pertanian

Agribisnis adalah bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik di sektor hulu maupun di hilir. Agribisnis, dengan perkataan lain, adalah cara pandang ekonomi bagi usaha penyediaan pangan. Objek agribisnis dapat berupa tumbuhan, hewan, ataupun organisme lainnya. Kegiatan budidaya merupakan inti agribisnis, meskipun suatu perusahaan agribisnis tidak harus melakukan sendiri kegiatan ini.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud ekonomi pertanian adalah ekonomi yang berdasarkan produksi hasil aktivitas bercocok tanam. Jadi, yang dimaksud ekonomi bidang pertanian adalah kegiatan ekonomi berupa produksi, distribusi, dan atau konsumsi barang-barang pertanian yang mencakup sumber daya hewan dan tumbuhan ataupun bahan pangan, ternak, dan produk-produk industri pertanian.

Pertanian adalah proses menghasilkan bahan pangan, ternak, serta produk-produk agroindustri dengan cara memanfaatkan sumber daya tumbuhan dan hewan. Pemanfaatan sumber daya ini terutama berarti budi daya. Ekonomi dalam bidang pertanian dibagi menjadi beberapa subsektor, yaitu sebagai berikut:

1. Bercocok tanam dan hortikultura

Adalah kegiatan ekonomi di bidang pertanian yang inti usahanya membudidayakan tanaman seperti padi dan sayur-sayuran/ hortikultura.

2. Peternakan

Adalah kegiatan ekonomi bidang pertanian yang inti kegiatannya adalah budidaya hewan ternak. Berdasarkan golongan hewan, peternakan dibagi menjadi ternak besar seperti sapi dan kerbau, ternak kecil seperti kambing dan biri-biri, dan ternak unggas seperti ayam, bebek dan kalkun.

3. Perkebunan

Adalah kegiatan ekonomi dalam bidang pertanian yang usaha budidayanya dilakukan pada lahan kering seperti lahan darat, tegalan, huma, dan ladang. Sebagai contoh adalah usaha perkebunan sawit, karet, dan kopi.

4. Perikanan

Merupakan kegiatan ekonomi dalam bidang pertanian untuk membudidayakan ikan, belut, udang, dsb. Usaha perikanan ini bedakan menjadi usaha generatif, yaitu melalui proses pemeliharaan/ budidaya; dan usaha ekstraktif, yaitu hanya mengumpulkan hasil tanpa membudidayakannya, contoh penangkapan ikan di laut.

5. Kehutanan

Adalah kegiatan ekonomi di bidang pertanian yang berwujud usaha eksploitasi hutan yang bukan termasuk agroforestri. Contohnya adalah pengambilan rotan di hutan, pengambilan gubal gaharu di hutan, penebangan kayu hutan, dll. Umumnya pertanian ini merupakan pertanian ekstraktif.

Usaha pertanian memiliki dua ciri penting, yaitu selalu melibatkan barang dalam volume besar dan proses produksi memiliki resiko yang relatif tinggi. Dua ciri khas ini muncul karena pertanian melibatkan makhluk hidup dalam satu atau beberapa tahapnya dan memerlukan ruang untuk kegiatan itu serta jangka waktu tertentu dalam proses produksi.

2.3 Tinjauan Permasalahan`

2.3.1 Masalah Berita Ekonomi

Berita ekonomi merupakan berita yang penting bagi hampir semua orang, baik masyarakat golongan atas maupun golongan bawah. Oleh karena beragamnya khalayak pembaca, penggunaan bahasa berita yang sederhana dan mudah dipahami menjadi salah satu syarat utama dalam penulisan berita ekonomi. Dalam membuat berita ekonomi, setiap wartawan ataupun editor hendaknya memperhatikan siapa khalayak pembacanya. Beberapa istilah ekonomi seperti pasar valuta asing lapis kedua, pasar otonom, suku bunga antar bank, Produk Domestik Bruto (PDB), tingkat inflasi, nilai tukar, cadangan devisa, volume investasi per tahun, angka kemiskinan, deflasi dsb. tidak semua orang mengerti dalam memahami arti istilah tersebut. Hal ini tentunya mengakibatkan informasi yang terdapat dalam berita tersebut tidak sampai kepada khalayak pembaca.

Wartawan berita ekonomi dan bisnis sering menuliskan jargon¹ dari ekonom, bankir, dan pejabat pemerintah daripada menggunakan bahasa yang lazim digunakan banyak orang dalam percakapan sehari-hari. Sebagai contoh kutipan adalah *“Pejabat menyeru produsen barang-barang industri, konsumsi, dan produk-produk lain di dalam negeri agar terlibat dalam ‘kampanye’ penggunaan bahan-bahan dasar dari dalam negeri”*. Gaya kalimat tersebut sangat akrab, tetapi banyak pembaca tidak memahaminya. Dalam bahasa sederhananya, pejabat itu mendesak agar industriwan dalam negeri hanya menggunakan bahan-bahan mentah dari dalam negeri. Bagi ekonom, jargon-jargon itu bukan masalah; mereka

¹ Jargon adalah kosakata khusus yang digunakan dalam bidang kehidupan (lingkungan) tertentu.

saling memahaminya. Sebaliknya, bagi sebagian besar pembaca, jargon ekonomi membingungkan.

Ranah liputan berita ekonomi demikian luas. Perbankan, kredit macet, pergerakan suku bunga dan kurs plus inflasi, regulasi pemerintah, perburuhan, pasar modal, indeks harga saham, obligasi dan surat berharga lainnya, *real estate* dan properti, bisnis sektor riil, perusahaan, merger dan akuisisi, privatisasi, anggaran dan defisit negara, perdagangan ekspor-impor, prospek investasi, perpajakan, waralaba dan lisensi, peta persaingan usaha, serta profil pengusaha sukses. Meski beragam tema liputan, tetapi yang dihadapi adalah angka dan statistika. Berapa besar pertumbuhan, kenaikan, penurunan, dan sejumlah rupiah atau dolar. Meski angka menjadikan berita lebih berwibawa dan akurat, wartawan harus berusaha meninggalkan angka-angka yang tak penting.

Beberapa wartawan biasanya langsung menuliskan kata-kata ataupun keterangan resmi dari narasumber ataupun lembaga, sehingga berita yang ditulis berupa data mentah tanpa keterangan seperti arti penting dari berita tersebut ataupun akibat langsung bagi masyarakat. Selain itu, banyak pembaca yang memandang angka terlalu kering dan sulit dicerna. Sebuah berita dengan banyak angka akan menjadi membosankan dan sulit dipahami.

Prinsip utama dalam jurnalistik adalah meliput dari dua sisi (*cover both side*). Tetapi sering seorang reporter menerima pemberitaan rutin dari sebuah perusahaan dan menuliskan beritanya tanpa melakukan liputan dua sisi seperti wawancara dengan narasumber lain terkait pemberitaan tersebut. Atau reporter mendapatkan informasi rahasia tentang rencana sebuah perusahaan dan segera

menuliskannya. Meski seluruh informasi yang dibutuhkan seorang reporter tampaknya sudah siap, bila hanya terdapat satu sumber informasi, jarang diperoleh gambaran yang lengkap terhadap suatu hal/peristiwa.

Berita bisnis berhubungan dengan angka. Namun lebih dari itu, ia sekaligus juga menyangkut manusia. Wartawan sering melupakan sisi-sisi kemanusiaannya dan lebih terfokus pada angka-angka. Padahal tujuan penyajian berita ekonomi adalah mudah dipahami, kemudian membuatnya menjadi menarik. Dan, memanusiakan berita ekonomi dan bisnis seperti kisah *human interest* lebih menarik bagi pembaca.

Seorang wartawan bisnis dituntut untuk tidak hanya melaporkan apa yang terjadi atau apa yang dikatakan seseorang, tapi juga menjelaskan maknanya. Sebuah tulisan berita harus menjelaskan kepada pembaca apa akibat sebuah peristiwa, mengapa peristiwa itu penting bagi perusahaan, bagi angkatan kerja, bagi industri, bagi negara. Mengapa pula ia penting bagi pembaca. Beberapa penerbitan dan kantor berita cenderung menjauhkan diri dari analisis karena wartawan akan berhadapan dengan kendala politis.

2.3.2 Karakteristik Berita Ekonomi

Dalam liputan di lapangan ekonomi dan bisnis yang terbiasa berhadapan dengan kerangka statistik dan akuntansi dalam beritanya, informasi dari wartawan ataupun media massa telah mempengaruhi keputusan-keputusan ekonomi dan politik, termasuk kehidupan masyarakat. Berita ekonomi menempatkan diri sebagai salah satu berita penting yang harus ada dalam media massa, apakah itu

media massa elektronik seperti televisi ataupun media massa cetak seperti surat kabar. Masalah-masalah ekonomi terutama yang menyangkut kehidupan masyarakat luas seperti kenaikan bahan bakar minyak (BBM), kenaikan bahan pangan pokok serta isu-isu ekonomi menjadi berita utama dalam media massa. Berita ekonomi mempengaruhi seluruh lapisan masyarakat, baik masyarakat kalangan atas ataupun masyarakat kalangan bawah.

Ruang lingkup berita ekonomi sangat luas, topiknya antara lain perbankan, kredit macet, pergerakan suku bunga dan kurs, inflasi, regulasi pemerintah, perburuhan, pasar modal, indeks harga saham, obligasi dan surat berharga lainnya, *real estate* dan properti, bisnis sektor riil, perusahaan, merger dan akuisisi, privatisasi, anggaran dan defisit negara, perdagangan ekspor-impor, prospek investasi, perpajakan, waralaba dan lisensi, peta persaingan usaha, serta profil pengusaha sukses. Meski beragam tema liputan, tetapi pada intinya yang dihadapi adalah angka dan statistika. Berapa besar pertumbuhan, kenaikan, penurunan, dan sejumlah rupiah atau dolar.

Berita ekonomi sering mengambil sudut pandang atau *angle* konflik kepentingan antara ekonomi besar versus ekonomi kecil. Kebijakan pemerintah yang membolehkan pedagang besar, bermodal besar dengan layanan yang memuaskan versus pedagang kecil, modal kecil dan layanan apa adanya biasanya menjadi sudut pandang berita ekonomi yang menarik. Dalam pemberitaan-pemberitaan di media massa cetak, berita ekonomi sering mengkritisi kebijakan pemerintah yang cenderung lebih menguntungkan pemodal besar daripada berpihak kepada rakyat kecil. Teknik penyampaian pesan yang digunakan biasanya dengan mengisahkan

human interest seperti kehidupan pedagang kecil, yang berpenghasilan pas-pasan. Selain itu juga dengan membentuk opini publik dengan memberitakan dampak adanya monopoli perdagangan oleh pedagang bermodal besar.

Tetapi ada juga media yang secara tidak langsung mendukung kebijakan pemerintah dengan menampilkan sudut pandang yang berbeda seperti dengan adanya pedagang dengan modal besar yang mendirikan *mal*, *supermarket*, toserba maka akan meningkatkan arus perputaran uang dan ekonomi, sehingga menggiring khalayak pembaca untuk mendukung kebijakan pembangunan pasar modern tersebut.

Berita ekonomi juga selalu menyajikan perkembangan indeks harga saham, indeks komoditas, ataupun indeks valuta asing. Berita mengenai nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat selalu menjadi berita utama dalam berita mengenai indeks harga saham gabungan. Bahasa yang digunakan banyak berasal dari istilah ekonomi, sehingga berita-berita seperti ini khusus diperuntukan untuk ekonomi kelas menengah ke atas.

2.3.3 Karakteristik Berita Ekonomi pada Surat Kabar Harian

Surat kabar harian merupakan media massa cetak yang terbit setiap hari. Karena sifatnya itu, berita-berita yang ditampilkan adalah berita aktual dan menarik. Berita ekonomi bidang pertanian pada surat kabar memberikan porsi yang lebih banyak untuk berita-berita lokal terutama yang menyangkut berita ekonomi politik seperti regulasi pemerintah ataupun program yang diberikan pemerintah untuk masyarakat.

Surat kabar lebih banyak menggunakan liputan satu sisi, misalkan berita hanya bersumber dari pemerintah seperti Badan Pusat Statistik (BPS) sehingga berita yang ditampilkan secara tidak langsung didominasi pemberitaan tentang kemajuan daerah secara agregat. Kedalaman konteks dan keluasan perspektif adalah nalar dan keterampilan yang justru banyak hilang dari dapur jurnanisme sekarang ini, digerus oleh jadwal berita yang makin pendek dan cepat, dipengaruhi oleh kepemilikan media dan ideologi media yang makin menggilai benda-benda.

2.3.4 Konstruksi Berita

Realitas-realitas peristiwa yang terjadi dalam semua aspek kehidupan yang meliputi : aspek sosial, hukum, ekonomi, politik, agama dll semuanya merupakan bahan-bahan utama proses terjadinya suatu berita yang akan disajikan pada masyarakat. Para pemangku kepentingan dalam produk berita suatu media massa (Aceng Abdullah: 2000) seperti Pemimpin Redaksi, Dewan Redaksi, Redaktur pelaksana, Sekretaris Redaksi, Staf Redaksi, Redaktur Desk hingga wartawan mempunyai peran penting bagaimana suatu berita dapat di ekpose dengan kadar kualitas jurnanisme yang baik. Diantara semua pemangku kepentingan diatas, peran ujung tombak terdepan dan strategis adalah wartawan, karena wartawan adalah insan jurnalis yang pertama kali meliput suatu pemberitaan dilapangan, dalam peran ini pulalah suatu kualitas berita dengan bobot baik sangat menentukan. Prinsip-prinsip jurnanisme yang senantiasa mengutamakan aspek *Aktualitas, faktualitas, Impartialitas* senantiasa menjadi rujukan utama semua wartawan selain itu pula rambu-rambu regulasi (UU Pers no 40 tahun

1999) maupun kode etik jurnalistik menjadi batasan gerak profesional para wartawan akan senantiasa dijadikan sebagai pegangan.

Namun demikian pada tataran dilapangan, apabila kita cermat meneliti dan menelaah suatu berita, tidak jarang pula suatu berita dikonstruksi oleh para pemangku kepentingan dalam media massa berdasarkan sudut pandang yang dimilikinya, sudut pandang ini bisa berasal dari ideologi, visi, misi, pengetahuan, wawasan maupun pengalaman, sehingga realitas peristiwa yang dijadikan berita oleh suatu media cenderung bias. Sehingga realitas obyektif suatu peristiwa akan menjadi realitas media. yaitu suatu realitas peristiwa dilapangan dibangun unsur penambahan atau pengurangan berdasarkan kepentingan tertentu, dalam konteks tersebut terdapat suatu makna dibalik realitas. Stuart Hall dalam Ahmad Mulyana (2011) mempertegas bahwa realitas adalah tidaklah secara sederhana dapat dilihat sebagai satu set fakta, tetapi hasil dari ideologi atau pandangan tertentu. Hal ini dapat kita amati dari suatu pemberitaan, *framing* media akan terlihat seperti penonjolan kata-kata tertentu, berita dengan foto-foto gambar tertentu, pengurangan unsur-unsur penting menjadi tidak penting, penonjolan ataupun pengurangan narasumber yang tidak sesuai dengan ideologi media, pengulangan gambar-gambar yang sama secara selintas secara berulang-ulang, penggiringan opini tertentu dalam suatu forum dialog dll, sehingga prinsip-prinsip jurnalistik yang berlaku tipis pelaksanaannya dalam tingkat realisasi.

Dalam penelitian ini dianalisis bagaimana suatu peristiwa ekonomi bidang pertanian dikonstruksi menjadi sebuah berita ekonomi bidang pertanian. Bagaimana berita menggambarkan keadaan ekonomi bidang pertanian, apakah

media lebih banyak memberitakan kemajuan-kemajuan perekonomian di bidang pertanian atau lebih banyak memberitakan buruknya keadaan ekonomi bidang pertanian.

2.4 Kerangka Berfikir

Kerangka pikir merupakan inti sari dari teori yang telah dikembangkan yang dapat mendasari perumusan hipotesis. Teori yang telah dikembangkan dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah yang menyatakan hubungan antar variabel berdasarkan pembahasan teoritis.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin membandingkan konstruksi berita ekonomi bidang pertanian antara Surat Kabar Harian Lampung Post dan Surat Kabar Harian Tribun Lampung. Sampel penelitian adalah semua berita ekonomi bidang pertanian pada edisi bulan Januari 2012. Adapun analisis yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif dilihat dari agenda media berdasarkan teori agenda setting.

Perbandingan Konstruksi Berita Ekonomi Bidang Pertanian



Gambar 1: Bagan Kerangka Pikir