**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Konteks Penelitian**

Pada awal tahun 2017, masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Jawa Barat seolah diberi kado yang tidak mengenakkan berupa melambungnya harga komoditas cabai yang sangat tinggi. Harga cabai terutama cabai rawit tembus angka Rp. 100.000 sampai Rp. 120.000 per kilogramnya. Hal ini sangat membuat resah masyarakat karena harga tersebut dianggap tidak rasional.

Cabai merupakan komoditas penting bagi masyarakat Indonesia khususnya di Jawa Barat, cabai harus tersedia setiap hari sebagai konsumsi harian. Berdasarkan data dari Kadis Pertanian, Ketahanan Pangan dan Holtikultural Hendy Jatnika dalam media republika.co.id, pola konsumsi cabai masyarakat Jawa Barat perkapita pertahun adalah 101,26 kilogram dikali jumlah penduduk Jawa Barat yang mencapai 46 juta. Belum termasuk kebutuhan konsumsi di luar rumah tangga, industri kuliner yang menggunakan cabai sebagai komponen utamanya. Apalagi Jawa Barat menjadi salah satu daerah pemasok cabai untuk daerah lain. Pasalnya, hingga saat ini Jawa Barat masih menjadi pemasok tertinggi cabai rawit di Indonesia sehingga kenaikan harga cabai ini sangat berpengaruh.

Berita kenaikan harga cabai tersebut tidak luput dari sorotan berbagai media massa, baik media massa cetak, elektronik maupun media sosial ramai memuat berita terkait kenaikan harga komoditas sayuran yang satu ini. Peneliti pun merasa tertarik mengikuti pemberitaan tersebut karena memiliki nilai berita yang berdampak luas, akibat yang ditimbulkan dari kenaikan harga cabai tersebut

1

2

dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari masyarakat biasa, petani, pedagang sayuran sampai pengusaha kuliner.

Pada hakikatnya, berita adalah rekonstruksi atas suatu realitas yang ada dalam masyarakat, mungkin tidak akan sama dan sebangun dengan realitas yang ada. Dimana hasil dari rekonstruksi tergantung pada orang yang melakukan rekonstruksi tersebut, yaitu wartawan pada tahap awal dan redaktur pada tahap selanjutnya. Berita bukanlah refleksi atau distorsi dari realita yang seakan berada di luar sana. Jika berita itu merefleksikan sesuatu maka refleksi itu adalah praktik pekerja dalam organisasi yang memproduksi berita.

Media dalam menjalankan tugasnya membuat berita tidak hanya mengumpulkan fakta atau menghadirkan realitas berita mengenai suatu peristiwa seperti halnya kenaikan harga cabai tersebut ke hadapan publik, melainkan juga menyertakan sejumlah opini atau penilaian atas fakta berita yang dikonstruksi dalam suatu bingkai *(frame)* yang didasarkan atas sikap, aspirasi politik, maupun kepentingan bisnis tertentu, mengingat media berada dalam perusahaan yang harus meraup untung untuk bertahan hidup. Oleh karena itu, wajar apabila peristiwa yang sama terkait kenaikan harga cabai ini akan disajikan berbeda oleh media, tidak terkecuali media cetak Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar.

Pikiran Rakyat adalah harian umum regional yang dikenal luas oleh masyarakat Jawa Barat. Jumlah tiras 201.000 per hari akan mampu membuat masyarakat memusatkan perhatiaannya dengan pemberitaan yang dimuat oleh

Pikiran Rakyat. Harian umum Pikiran Rakyat memiliki motto “Dari Rakyat Untuk

Rakyat” yang berarti dalam menampilkan berita, Pikiran Rakyat mengutamakan

3

kepentingan rakyat. Sementara itu, menurut lembaga survey Swasta, Nielsen Media Inde, Tribun Jabar menjadi Koran No. 1 di Jawa Barat dengan perolehan pembaca 4,28 persen.

Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar berada dalam payung perusahaan media cetak yang berbeda. Pikiran Rakyat berdiri sendiri dalam pengorganisasiannya yaitu dengan manajemen PT Pikiran Rakyat, sedangkan Tribun Jabar yang dulunya bernama Metro Bandung berada dalam Kelompok Kompas Gramedia (KKG) yang juga menaungi surat kabar nasional Kompas dan beberapa surat kabar daerah lainnya. Sebagai dua surat kabar yang cukup kuat di Jawa Barat, Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar memiliki *framing* (pembingkaian) yang berbeda dalam setiap berita yang disajikannya. Pikiran Rakyat dan Tribun memiliki kebijakan redaksional yang membuat keduanya mengkonstruksi realitas isu yang ada di masyarakat dengan cara yang berbeda.

Berita di media khususnya media cetak dapat dianalisis dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan analisis bingkai. Analisis bingkai merupakan bagaimana cara media memaknai, memahami dan membingkai peristiwa yang terjadi di masyarakat. Metode semacam ini tentu berusaha mengerti dan menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu atau peristiwa. Secara sederhana, analisis bingkai mencoba untuk membangun sebuah komunikasi dalam bentuk bahasa, visual, dan pelaku serta menyampaikannya kepada pihak lain atau menginterpretasikannya berupa informasi baru. Melalui analisis bingkai, dapat diketahui bagaimanakah pesan

4

diartikan sehingga dapat diinterpretasikan secara efisien dalam hubungannya dengan ide penulis.

Adapun model analisis bingkai yang peneliti anggap tepat dalam menganalisis berita kenaikan harga cabai ini adalah model analisis bingkai dari Robert Entman. Dalam pandangan Entman, pembingkaian dalam berita dilakukan dengan empat cara, yakni identifikasi masalah *(problem identification)*, yaitu peristiwa apa yang terjadi; kedua, identifikasi penyebab masalah *(causal* *interpretation)*, yaitu siapa atau apa yang dianggap menjadi penyebab masalah;ketiga, keputusan moral *(moral judgment)*, yaitu penilaian atas penyebab masalah; dan keempat, saran penanggulangan masalah *(treatment recomendation)*, yaitu menawarkan suatu cara penanganan masalah. Cara pandang atau perspektif yang digunakan menentukan fakta apa yang diambil.

Berdasarkan sejarah, media cetak merupakan media massa yang paling tua di dunia dibandingkan dengan media massa lainnya seperti media elektronik (televisi dan radio), maupun media sosial.

Jenis media cetak yang paling pertama dan menjadi pilihan dari berbagai kalangan di masyarakat adalah surat kabar. Berbeda dengan majalah dan tabloid yang terbit mingguan atau bulanan, surat kabar menyajikan berita, informasi dan pendidikan bahkan hiburan secara kontinyu yang diterbitkan harian sehingga sangat membantu masyarakat untuk mengetahui perkembangan suatu isu atau peristiwa yang ada di sekitarnya secara mendalam.

Media cetak bisa diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak yang disampaikan

5

secara tertulis. Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah media yang di dalamnya berisi informasi terkait dengan kepentingan masyarakat umum bukan terbatas pada kelompok tertentu saja.

Pada zaman digital seperti saat ini mungkin media cetak sudah tertinggal dibandingkan dengan dua pesaingnya yaitu media elektronik dan media sosial. Meskipun demikian, bukan berarti media cetak ditinggalkan juga oleh masyarakat. Kenyataannya, media cetak masih menjadi pilihan sebagian masyarakat karena memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya. Media cetak bisa menyampaikan sebuah informasi secara detail dan terperinci disertai analisa yang lebih tajam sehingga membuat orang benar-benar mengerti terhadap isi pesan yang disampaian oleh media cetak tersebut. Sementara untuk media elektronik dan media sosial atau media online, mereka lebih mengutamakan kecepatan informasi. Sehingga tidak jarang informasi yang disampaikan bersifat tidak utuh dan menimbulkan kesalahpahaman.

Berdasarkan fungsinya, semua jenis media massa, tidak terkecuali media cetak merupakan media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat karena cakupannya sangat luas serta mampu mengubah jarak yang jauh menjadi dekat. Media massa diyakini punya kekuatan yang dahsyat untuk memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa bisa menentukan perkembangan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa yang akan datang. Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan memengaruhi kehidupan di masa kini dan masa datang.

6

**1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dirancang guna menghindari pembahasan yang melebar dan keluar dari masalah utama yang diangkat oleh peneliti. Selain itu, fokus penelitian juga dirancang untuk memberikan arah yang pasti dalam sebuah penelitian guna mendapat informasi yang jelas, spesifik dan detail. Memberikan perincian masalah yang akan diteliti dan memfokuskan kegiatan penelitian pada suatu area pengamatan dan penelitian yang lebih spesifik. Yang mana peneliti menetapkan hal yang menjadi fokus penelitian, yaitu : **“BAGAIMANA**

**KENAIKAN HARGA CABAI DALAM BINGKAI MEDIA CETAK HARIAN**

**UMUM PIKIRAN RAKYAT DAN TRIBUN JABAR PADA EDISI 09 JANUARI-13 JANUARI 2017?”**

**1.3 Pertanyaan Penelitian**

Harian umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar merupakan media regional yang memberitakan kenaikan harga cabai di awal 2017 secara mendalam. Namun, bagaimana kedua media ini menyajikan pesan dalam pemberitaan kenaikan harga cabai dan bagaimana kedua media ini membingkai berita tersebut?. Berdasarkan metode analisis bingkai dari Robert Entman, hal ini dirumuskan ke dalam:

1. Bagaimana *Define Problem* dari kenaikan harga cabai dalam media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar?
2. Bagaimana *Diagnose Causes* dari kenaikan harga cabai dalam media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar?
3. Bagaimana *Moral Judgement* dari kenaikan harga cabai dalam media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar?

7

* 1. Bagaimana *Treatment Recommendation* dari kenaikan harga cabai dalam media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar?
1. **Tujuan Penelitian**
	1. Untuk mengetahui dan mendapatkan data *Define Problem* dari kenaikan harga cabai dalam media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar
	2. Untuk mengetahui dan mendapatkan data *Diagnose Causes* dari kenaikan harga cabai dalam media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar
	3. Untuk mengetahui dan mendapatkan data *Moral Judgement* dari kenaikan harga cabai dalam media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar
	4. Untuk mengetahui dan mendapatkan data *Treatment Recommendation* dari kenaikan harga cabai dalam media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat dan Tribun Jabar
2. **Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mampu dipergunakan dan bermanfaat tidak hanya bagi peneliti, tetapi juga bagi orang lain yang membaca dan membutuhkan informasi seputar masalah yang diangkat. Yang mana peneliti memberi kegunaan penelitian ini pada dua aspek, yakni:

1. **Kegunaan Teoritis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi

dalam perkembangan kajian di bidang komunikasi. Khususnya yang berkaitan

8

dengan studi media. Seiring dengan berkembangnya kajian kritis pada wilayah kajian media massa, maka hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya yang sejenis dengan kekhasan tersendiri pada masa yang akan datang.

1. **Kegunaan Praktis**

Berbagai kepentingan yang terdapat dibelakang produksi pesan media

semakin memperbesar pertanyaan seputar netralitas wacana media. Dengan meningkatnya terpaan media dan fenomena kepribadian media, penelitian seperti ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran kritis khalayak terhadap isi pesan media untuk tidak secara pasif menerima isi pesan media, melainkan membekalinya dengan pengetahuan mengenai hakikat isi pesan media dalam proses kontruksi yang dilaluinya.