

Analisis Pragmatik Tajuk Berita Akhbar Digital dalam Isu Koko: Perbandingan Antara Malaysia dan Indonesia

NOVIATIN SYARIFUDDIN
MOHAMAD FAUZI SUKIMI
MOHD NOR SHAHIZAN ALI
NOVEL LYNDON
Universiti Kebangsaan Malaysia

ABSTRAK

Akhbar digital merupakan perantara utama dalam komunikasi massa yang berkredibiliti. Dalam sektor pertanian, akhbar digital berperanan sebagai wadah komunikasi bagi menyalurkan informasi daripada kerajaan kepada petani. Hubungan ekonomi antara Malaysia dengan Indonesia sebagai negara pengeksport koko penting dianalisis kerana kedua-dua buah negara berhadapan dengan isu produktiviti yang belum mampu memenuhi permintaan industri di Eropah. Walau bagaimanapun, senario petani yang berhadapan dengan isu produktiviti dan saranan daripada kerajaan amat kurang diterokai melalui tajuk berita akhbar digital. Justeru, kajian bertujuan menganalisis tajuk berita akhbar digital dalam isu koko untuk menunjukkan perbandingan jenis lakuan tutur antara Malaysia dan Indonesia. Reka bentuk kajian kuantitatif dengan pendekatan analisis kandungan digunakan untuk menganalisis tema isu koko dalam tajuk berita akhbar. Data tajuk akhbar tentang isu koko dikumpulkan secara rawak meliputi tajuk akhbar Malaysia sebanyak 50 keratan dan Indonesia sebanyak 75 keratan. Data tajuk akhbar dari tahun 2017 hingga 2021 dianalisis menggunakan teknik analisis tematik melalui kerangka Teori Lakuan Pertuturan. Hasil kajian mendapati sejumlah lima jenis lakuan tutur sering digunakan dalam tajuk akhbar berkaitan isu koko. Penemuan kajian di Malaysia menunjukkan jenis lakuan tutur asertif (48%) adalah dominan berbanding jenis lakuan tutur bersifat direktif (10%), komisif (20%) dan deklaratif (20%). Di Indonesia, jenis lakuan tutur asertif (48%) juga dominan berbanding dengan jenis lakuan tutur direktif (13.3%), komisif (16%), ekspresif (10.7%) dan deklaratif (12%). Analisis pragmatik tajuk akhbar kedua-dua buah negara menunjukkan bahawa jenis lakuan tutur asertif dalam melaporkan perkembangan industri koko lebih menyerlah. Ini bertepatan dengan peranan akhbar sebagai alat perubahan sosial dalam usaha membangunkan sektor pertanian koko.

Kata kunci: *Akhbar digital, koko, analisis pragmatik, Malaysia, Indonesia.*

Pragmatic Analysis of Digital Newspaper Headlines on the Cocoa Issue: A Comparison Between Malaysia and Indonesia

ABSTRACT

Digital newspapers are the main intermediary in mass communication. In the agricultural sector, digital newspapers act as a communication medium to channel information from the government to farmers. The economic relationship between Malaysia and Indonesia as important cocoa exporting countries is analysed because both countries face productivity issues that are not yet able to meet the demands of the industry in Europe. However, the scenario of farmers dealing with productivity issues and recommendations from the government is very limited in research through digital newspaper headlines. Thus, the study analysed the headlines of digital newspapers on the issue of cocoa to show a comparison of the types of speech acts between Malaysia and Indonesia. A quantitative research

design with a content analysis approach was employed to analyse the theme of the cocoa issue in newspaper headlines. Data on the cocoa issue were randomly collected from 50 Malaysian newspaper headlines and 75 Indonesian newspaper headlines. The data selected were from 2017 to 2021 and were analysed using thematic analysis techniques through the framework of Speech Behaviour Theory. The study shows that a total of five types of speech acts are often used in newspaper headlines related to the cocoa issue. Research in Malaysia shows that assertive speech acts (48%) are dominant compared to the directive (10%), commissive (20%), and declarative (20%) speech acts. In Indonesia, assertive speech acts (48%) are also dominant compared to the directive (13.3%), commissive (16%), expressive (10.7%), and declarative (12%) speech acts. A pragmatic analysis of the newspaper headlines of both countries shows that the type of assertive speech act in reporting the development of the cocoa industry is more prominent. This is in line with the role of the newspaper as a tool for social change in efforts to develop the cocoa farming sector.

Keywords: *Digital newspaper, cocoa, pragmatic analysis, Malaysia, Indonesia.*

PENGENALAN

Akhbar merupakan perantara utama dalam komunikasi massa sebagai alat advokasi bagi memberi informasi kepada masyarakat tentang perkembangan yang berlaku setiap hari sebelum perkembangan media-media baharu (Artnier-Nehls, & Uthes, 2023; Mohd Nor Shahizan, 2022; Ainis & Mohd Azizuddin, 2021; Akhter et al., 2021). Kebergantungan masyarakat terhadap akhbar signifikan dari segi mendapatkan fakta terkini dan maklumat tentang hal ehwal semasa perkembangan negara (Chhachhar et al., 2020). Kewujudan akhbar digital sedang berkembang dalam komunikasi massa kini (Jámbor et al., 2020). Namun kesignifikan akhbar bercetak masih menjadi keutamaan kepada masyarakat yang mempunyai jurang literasi digital yang rendah (Muhammad Adnan & Sharifah, 2021; Novel et al., 2018; Ogessa & Sife, 2017; Shahrul Nazmi & Normah, 2015). Akhbar mempunyai fungsi komunikasi secara pragmatik melalui tajuk-tajuk akhbar yang mempengaruhi persepsi pembaca terhadap sesuatu isu yang dilaporkan oleh wartawan (Wesam & Norhayati Rafida, 2022; Azlizan & Norlilawati, 2020). Pemilihan struktur bahasa yang tepat mempengaruhi keberkesanan komunikasi massa dan ketersampaian terhadap sesuatu informasi (Rizkiansyah, Muslikhin, & Wiratma, 2020; Mohd Hazreen et al., 2019; Mohd Yuszaidy & Muammar GhadDaffi, 2015).

Demografi masyarakat pembaca yang dinamik dari segi kearifan menggunakan internet dan ketercapaian internet yang masih terhad menunjukkan bahawa sememangnya akhbar bercetak masih relevan (Muhammad Adnan & Sharifah, 2021; Shahrul Nazmi et al., 2019; Mus Chairil, 1992). Golongan dewasa tertarik kepada fakta yang terfokus dan diyakini kesahihannya (Mohd Nor Shahizan, 2022). Praktis verifikasi kaedah tradisional berita dalam akhbar menjadi faktor utama mempengaruhi kredibiliti media di mata pembaca golongan dewasa (Azlizan et al., 2022). Tidak dapat dinafikan bahawa akhbar bercetak mempunyai nilai tersendiri kerana menyiarkan berita merangkumi kehendak dan keperluan pembaca (Shahrul Nazmi & Normah, 2015). Berbanding, golongan remaja yang lebih tertarik kepada akhbar digital yang berorientasi keuntungan, memaparkan isu-isu kontroversi dan berbentuk hiburan (Lukas, 2021).

Kelebihan akhbar bercetak adalah naskhah akhbar fizikal masih boleh dibeli dengan pakej belian tahunan. Akhbar digital pula memerlukan langganan talian internet setiap bulan atau setiap tahun. Terdapat juga pembaca yang selesa memegang helaian akhbar fizikal (Pan et al., 2022). Imej akhbar dan tulisan akhbar juga mempunyai nilai tersendiri kepada pembaca yang gemar mengumpul keratan akhbar bercetak sebagai koleksi untuk tatapan generasi akan

datang (Desri & Ade, 2020). Kedudukan setiap berita dalam akhbar bercetak disusun dengan cermat dan terbahagi kepada beberapa kolum (Wood & Ali, 2022). Sebagai contoh berita semasa, hiburan, sukan dan sebagainya untuk membolehkan pembaca mengetahui perkembangan semasa dengan mudah. Hanya dengan senaskhah akhbar pembaca boleh mengetahui pelbagai berita, informasi kerajaan, perkembangan negara, serantau dan luar negara (Priyonggo & Hamedi, 2021).

Pengalaman pembaca akhbar bercetak dengan digital juga berbeza-beza. Penulisan akhbar digital kadang-kala tampil tanpa nilai ilmu bahasa, menitikberatkan isu sensasi dan *tular* dan jauh dari etika dan kewartawanan sebenar dari segi pentablodian tajuk (Mohd Hazreen Shah et al., 2019). Akhbar digital yang berorientasi keuntungan seringkali memperdagangkan tajuk-tajuk berita yang *tular* untuk menarik minat golongan muda bagi membaca akhbar digital secara atas talian. Informasi yang diterima melalui *tular* sering kali dimanipulasikan oleh pembaca yang tidak bertanggungjawab untuk kepentingan diri sendiri. Golongan remaja selaku pembaca yang tidak melakukan timbal balik informasi akan berkongsi pautan akhbar digital ke laman-laman seperti *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan pautan media sosial yang lain (Jamilah et al., 2022; Muhammad Ridhwan et al., 2021). Ini menimbulkan kebimbangan kerana golongan remaja tidak mengamalkan tapisan terhadap berita akhbar digital sebelum berkongsi kepada pembaca lain (Shahrul Nazmi et al., 2019).

Selaras dengan peranan akhbar membekalkan maklumat kepada pembaca, usaha meningkatkan sirkulasi akhbar perlu dilaksanakan melalui penggunaan struktur penyampaian bahasa yang berkesan, menambahbaik isi kandungan, meningkatkan kualiti kandungan, menentukan reka letak akhbar yang bersesuaian, pemilihan imej yang bersesuaian dengan isu yang dibawa dan infografik akhbar untuk menarik perhatian pembaca bagi mengkomunikasikan idea-idea (Nurul Afifah et al., 2022; Maslida et al., 2021; Novel et al., 2018; Hazlin et al., 2016). Usaha-usaha meningkatkan populariti akhbar amat penting (Jamilah et al., 2022; Shahrul Nazmi & Normah, 2015) agar peranan akhbar dari segi fungsi struktur bahasa untuk berkomunikasi dengan khalayak pembaca melalui jenis laras bahasa asertif, direktif, komisif, ekspresif dan deklaratif menyampaikan mesej kepada pembaca dengan tepat dan berkesan.

SOROTAN KAJIAN

Perkembangan Sirkulasi Akhbar dalam Komunikasi Massa

Sejarah sirkulasi akhbar di Malaysia yang pertama, dikenal pasti melalui terbitan akhbar Bahasa Inggeris *The Prince of Wales Island's Gazzete* di Pulau Pinang (1805). Tujuan akhbar ketika itu berfungsi memberi sokongan kepada kegiatan pembangunan ekonomi tanah air merentas kaum (Aszlan & Shakila, 2019; Azlizan & Norlilawati, 2020; Mus Chairil, 1992). Sirkulasi akhbar sebagai media arus perdana berperanan sebagai menyampaikan maklumat pemimpin, melaporkan isu-isu semasa tanah air, memaklumkan perkembangan hal ehwal ekonomi, mendidik masyarakat, memberitahu fakta-fakta, memberi pendapat, mengulas isu, menghibur dan merekodkan sejarah setempat Wesam dan Norhayati (2022). Ini termasuk peranan akhbar yang mencakupi informasi tentang serantau dan antarabangsa, memaklumkan perubahan landskap politik dan mencabar ufuk pemikiran pembaca sebagai alat untuk mendidik bangsa berfikir (Ainis & Mohd Azizuddin, 2021; Mohd Hazreen et al., 2019; Shahrul Nazmi & Normah, 2015). Senario kebergantungan masyarakat terhadap akhbar menunjukkan bahawa fokus kerajaan terhadap pembangunan ekonomi bagi mempertingkatkan taraf hidup amat penting kepada masyarakat ketika itu.

Senario sirkulasi akhbar selepas merdeka iaitu 1957 di Malaysia, menandakan bermulanya titik permulaan masyarakat terhadap tajuk berita persuratkhabaran yang dianggap sebagai media terpenting dalam kehidupan seharian. Akhbar-akhbar seperti Berita Harian, Utusan Malaysia, *News Straits Times*, *Nanyang Siang Pau* dan *New Nation* berperanan penting sebagai wadah komunikasi menyampaikan maklumat berhubung dasar kerajaan kepada masyarakat (Azlizan & Norlilawati, 2020). Dasar-dasar kerajaan yang dilaporkan menerusi akhbar mempengaruhi masyarakat bagi menerima strategi dan pelan tindakan kerajaan (Dauda & Hasan, 2018). Terdapat banyak tulisan teks ucapan hasil daripada seruan pemimpin, penerangan tentang dasar, rancangan pembangunan, program pembangunan komuniti bagi menyusun semula dasar ekonomi dan taraf ekonomi masyarakat (Muhammad Adnan & Sharifah, 2021).

Perkembangan akhbar bercetak di Malaysia dicorakkan dengan beberapa industri akhbar yang terdiri daripada akhbar Berita Harian (bharian.com.my) yang diterbitkan pada 1 Julai 1957 dan merupakan titik sejarah bagi kemunculan dunia kewartawanan Melayu. Pada ketika itu, akhbar Berita Harian dimiliki dengan harga 15 sen senaskah dengan ketebalan 8 halaman. Apa yang menjadi populariti Berita Harian ialah muka surat *Ekoniaga* yang disiarkan untuk merangsang minat masyarakat untuk membaca tentang hal ehwal ekonomi dan perniagaan. Akhbar *The Star* (thestar.com.my) yang muncul pada 9 Sept 1971 untuk memenuhi matlamat sebagai akhbar nasional. *The Star* juga menerbitkan beberapa majalah dalam pelbagai bahasa seperti Kuntum (Bahasa Melayu), *Shang Hai* (Bahasa Inggeris), *Galaxie* dan *Flavours* (Bahasa Inggeris). Akhbar berikutnya ialah akhbar Utusan Malaysia (utusan.com.my) terbitan 11 Julai 1967 yang bermula dengan jawi dengan cetakan sebanyak 1,000 sehari untuk meniup semangat perjuangan dalam kalangan masyarakat Melayu menentang penjajahan (Azlizan & Norlilawati, 2020; Shahrul Nazmi & Normah, 2015; Mus Chairil, 1992).

Melalui sejarah sirkulasi akhbar di Malaysia, didapati bahawa fungsi akhbar dalam menyampaikan hasrat kerajaan bermula daripada Dasar Ekonomi Negara dengan agenda utamanya untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sering menjadi tumpuan (Maslida et al., 2021; Azlizan & Norlilawati, 2020; Mus Chairil, 1992). Sehingga beberapa dasar berkaitan pertanian diperkenalkan seperti Dasar Pertanian Negara Pertama (1984-1991), Dasar Pertanian Negara Kedua (1992-1997), Dasar Pertanian Negara Ketiga (1998- 2010), Dasar Komoditi Negara (2011- 2020) dan Dasar Agrikomoditi Negara (2021-2030). Tumpuan kepada sektor pertanian sejak selepas merdeka hingga kini masih mendapat perhatian dalam dasar kerajaan kerana sumbangan kepada import dan eksport komoditi.

Masyarakat pembaca juga diseru membuang tabiat ekonomi yang tidak baik seperti boros berbelanja, berhutang pada perkara-perkara yang bersifat membazir dan tidak menjual tanah mereka sama sekali (Ainis & Mohd Azizuddin, 2021). Secara berterusan, masyarakat disarankan memperbaiki status ekonomi dengan bertindak secara progresif dan kolektif melalui peranan akhbar yang menyampaikan amanat pemimpin (Aszlan & Shakila, 2019). Saranan pemimpin kepada pembaca untuk cuba terlibat dalam perniagaan secara kecil-kecilan menggunakan koperasi amat signifikan (Safiyah & Zaridah, 2022).

Dari segi sejarah sirkulasi akhbar dan ruang lingkup pembahasan akhbar sebagai wadah komunikasi kepada masyarakat, negara membangun seperti Republik Indonesia juga melalui pensejaraan sirkulasi akhbar yang serupa dengan Malaysia. Republik Indonesia adalah bekas jajahan Belanda (Norhafezah et al., 2021; Priyonggo & Hamedi, 2021). Manakala, Malaysia ialah bekas jajahan Inggeris. Oleh itu, sirkulasi akhbar dan penyiaran berita kedua-dua buah negara yang merdeka daripada penjajah tidak mempunyai perbezaan

yang besar. Sehingga kini, ruang lingkup perbincangan masih berkisarkan kepada aspek peningkatan taraf ekonomi. Tambahan pula, Malaysia dan Indonesia mempunyai persamaan dari segi geopolitik, kesamaan sosial dan budaya serumpun dan memiliki keterhampiran budaya (*cultural proximity*) (Santoso, 2021; Gandasari & Dwidienawati, 2020; Handoko et al., 2021; Somiah et al., 2010). Sehubungan itu, makalah ini memberi tumpuan kepada literasi terhadap sirkulasi akhbar Republik Indonesia sebagai satu perkembangan yang diteliti dalam penulisan.

Republik Indonesia mempunyai Dasar dan Sistem Media yang menggariskan kepada mana-mana akhbar untuk mengekalkan etika kewartawanan yang sihat dan melaporkan berita yang sahih mengikut Perlembagaan Indonesia iaitu Pancasila (Rizkiansyah, Muslikhin, & Wiratma, 2020; Mariyono, 2019). Perkembangan sirkulasi akhbar bercetak Republik Indonesia dapat diteliti melalui tiga fasa yang berbeza iaitu Fasa I (1966 hingga 1973), Fasa II (1974-1983) dan Fasa III (1984-1998). Pada Fasa I, akhbar menggunakan pendekatan sihat, bebas dan bertanggungjawab berdasarkan lima Pancasila untuk meredakan masyarakat yang berada dalam situasi tidak stabil. Menjelang Fasa II, Pendekatan Interaktif Positif antara pemerintah, rakan sebaya dan masyarakat digunakan untuk mewujudkan masyarakat yang stabil (Ika Karlina et al., 2022).

Campur tangan pemerintah diterima secara sukarela oleh media akhbar, budaya masyarakat Indonesia yang mengamalkan permuafakatan, *partnership* atas semangat gotong royong dan kekeluargaan semakin meresap dalam masyarakat (Mohd Nor Shahizan, 2022; Rochyadi-Reetz et al., 2020). Pada Fasa III, pendekatan perniagaan diketengahkan dalam akhbar bagi mengawal ekonomi dan politik, agar usaha menggalakkan sokongan masyarakat terhadap kerajaan terjamin. Sungguhpun, media baharu muncul semasa Fasa III, pengaruh pemimpin Republik Indonesia, iaitu, Soeharto masih mengisi ruang lingkup akhbar bercetak. Manakala, sistem media baharu dijadikan sebagai industri yang mewujudkan sistem media yang menyokong dasar-dasar kepemimpinan Soeharto (Wood & Ali, 2022; Morissan, 2019).

Trilogi Pembangunan Soeharto sering mengisi siaran akhbar bercetak untuk meningkatkan keyakinan masyarakat Republik Indonesia untuk mencapai kestabilan, pertumbuhan ekonomi dan kesamarataan (Santoso, 2021; Qomariyah, 2019). Seiring dengan agenda Trilogi Pembangunan Soeharto, media massa terutamanya akhbar, majalah, rencana, buletin dan risalah menyiarkan isu-isu semasa dengan berpegang kepada Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Sementara Republik Indonesia No. XXXII/MPRS/1966 (Gandasari & Dwidienawati, 2020). Media cetak adalah alat resolusi, alat kawalan sosial, alat pendidikan dan sosialisasi, alat penyalur maklumat, pembentukan pendapat umum dan alat penggerak massa. Media bercetak berperanan menggalakkan masyarakat mematuhi rukun negara, iaitu, ideologi Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 (*basic law*) (Priyonggo & Hamed, 2021).

Dalam kajian yang lain, pembangunan media akhbar di Republik Indonesia berfungsi mengetengahkan persekitaran politik, ekonomi, sosial budaya masyarakat Indonesia setelah penjajahan kolonial Belanda, Jepun dan era perjuangan kaum nasionalis (Priyonggo & Hamed, 2021; Qomariyah, 2019; Widodo, 2016). Pada era kolonial Belanda pembangunan media cetak Republik Indonesia, bertujuan melaporkan kegiatan perdagangan dari Eropah untuk diberitakan kepada pemerintah Belanda di pelbagai lokasi agar dapat mengetahui peristiwa-peristiwa penting. Selain daripada kepentingan perdagangan, media bercetak akhbar juga digunakan untuk kepentingan politik dan memajukan pengetahuan bangsa terjajah (Gandasari & Dwidienawati, 2020).

Melalui kajian oleh Santoso (2021), peranan akhbar dalam pemerintahan Soeharto mencakupi peranan untuk melakukan pemujukan, mencari permuafakatan, persetujuan bersama (*consensus*) dan mengekalkan kerjasama antara media dan politik kerajaan. Semua media cetak dijadikan sebagai alat sokongan dan rakan kongsi kepada kerajaan untuk mengekalkan kestabilan politik dan meraih kepercayaan masyarakat. Ini dibuktikan dengan kewujudan Lesen Penerbitan (SIUPP) (1984-1998) yang mengawal segala bentuk pemberitaan yang dilaporkan oleh akhbar-akhbar Republik Indonesia agar tidak bercanggah dengan agenda Triliogi Pembangunan Soeharto (Handoko et al., 2021).

Berdasarkan sejarah sirkulasi akhbar di Malaysia dan Republik Indonesia, jelas menunjukkan bahawa kedua-dua buah negara menggunakan akhbar bercetak sebagai alat sosialisasi dan kawalan sosial, alat advokasi, alat penyatuan, alat pemujukan, alat penyaluran agenda pemerintah, alat kesedaran terhadap peningkatan kualiti hidup, alat melaporkan situasi ekonomi, politik dan sosial dan alat pembentukan identiti dan budaya. Tidak dinafikan bahawa kedua-dua negara dijajah oleh penjajah yang berlainan. Malaysia dijajah oleh British pada awalnya. Manakala, Republik Indonesia dijajah oleh Belanda. Namun demikian, fokus memajukan masyarakat melalui peranan akhbar sebagai wadah berkomunikasi masih sama dari segi hala tuju meningkatkan kualiti hidup rakyat melalui ekonomi berdasarkan sokongan kepada dasar pemerintah.

Kajian Komunikasi dan Pragmatik untuk menganalisis Pola Penyampaian Tajuk Akhbar

Menilai kepada peri pentingnya peranan akhbar kepada masyarakat, khususnya sektor pertanian, wartawan selaku pihak yang melaporkan isu-isu semasa seharusnya menggunakan struktur bahasa yang tepat dalam penulisan tajuk berita akhbar supaya mesej-mesej dapat disampaikan kepada pembaca (Nurul Afifah et al., 2022; Maslida et al., 2021; Mohd Hazreen et al., 2019; Ogessa & Sife, 2017; Widodo, 2016). Kajian-kajian yang menggunakan analisis pragmatik dalam media massa melalui akhbar kebanyakan menggunakan Teori Lakuan Tutar (Searle, 1969, 1979) sebagai asas kepada memahami fungsi struktur bahasa yang digunakan sebagai tajuk berita akhbar untuk mengkomunikasikan idea-idea. Ini selari dengan pernyataan Artner-Nehls dan Uthes (2023), Ainis dan Mohd Azizuddin (2021), Wiana dan Khairani (2020) dan Jámbor et al. (2020) bahawa tajuk berita akhbar berfungsi untuk memberi ringkasan berita, menarik perhatian dan penunjuk awal terhadap nilai berita.

Untuk meneliti tajuk berita akhbar terhadap sesebuah peristiwa, analisis pragmatik berperanan menjelaskan jenis lakuan tutur yang terdapat dalam struktur bahasa berita (Nurul Afifah et al., 2022; Maslida et al., 2021; Qomariyah, 2019; Al-Hindawi & Ali, 2018). Pada umumnya, kajian pragmatik dalam bidang komunikasi adalah satu kajian berkaitan kaedah manusia menggunakan bahasa untuk berkomunikasi dan melakukan interaksi sama ada secara maya atau fizikal (Mohd Nor Shahizan, 2022; Ispandriarno, 2021). Beberapa sarjana bidang komunikasi seperti Rizkiansyah, Muslikhin and Wiratma (2020), Santoso (2021), Dauda dan Hasan (2018) dan Shahrul Nazmi dan Normah (2015), menjelaskan bahawa analisis kandungan terhadap tajuk akhbar dianggap sebagai satu kajian sistematik yang penting dalam bidang komunikasi dan pragmatik agar peristiwa dan topik yang dipilih boleh dianalisis mengikut sekumpulan kategori yang dibina secara sosial.

Dari segi keberkesanan komunikasi melalui penyampaian berita akhbar, beberapa kajian oleh Priyonggo dan Hamedi Mohd Adnan (2021), Jackson-Smith dan Veisi (2021), Mdoda et al. (2022), Rizkiansyah, Muslikhin and Wiratma (2020), menjelaskan bahawa masyarakat negara-negara membangun masih bergantung kepada sirkulasi akhbar bagi mendapatkan informasi yang sahih dan tepat. Dapatan kajian berkaitan dengan saluran

komunikasi berkaitan penyebaran informasi sektor pertanian oleh Artner-Nehls dan Uthes (2023), Rohana et al. (2022), Chhachhar et al. (2020), serta Aszlan dan Shakila (2019) menunjukkan bahawa penggunaan bahasa akhbar yang mudah difahami tentang informasi pembelian input pertanian, perubahan iklim, maklumat pasaran dan harga penjualan komoditi amat penting. Pembaca iaitu petani ingin mengetahui informasi yang tepat berkaitan insentif kerajaan terhadap bidang pertanian, saranan kerajaan dan subsidi pertanian yang disediakan oleh kerajaan kepada petani (Yaseen et al., 2023; Akhter et al., 2021; Konkwo & Michael, 2021; Möhring et al., 2020; Chowhan & Ghosh, 2020, Novel et al., 2018).

Agensi pertanian seperti pegawai pengembangan tani juga mendapati bahawa saluran komunikasi pertanian adalah lebih berkesan dengan menggunakan akhbar berbanding radio, buletin, televisyen, perjumpaan kelompok dan khidmat nasihat (Jackson-Smith & Veisi, 2021; Konkwo & Michael, 2021; Rust et al. 2021; Möhring et al., 2020; Parmar et al., 2019). Ini disokong oleh kajian Popoola et al. (2020) yang juga menyatakan bahawa akhbar secara konsisten memberikan informasi berinfografik dan menggunakan struktur bahasa untuk berkomunikasi dan menarik minat pembaca untuk melihat teks-teks tajuk penulisan akhbar. Media massa seperti akhbar memainkan peranan penting mencorak pengetahuan pembaca memandangkan penyaluran maklumat akhbar adalah mudah didapati terutama bagi pembaca yang mendiami kawasan yang sukar memperoleh jaringan internet (Chowhan, & Ghosh, 2020; Hazlin et al., 2016).

Kajian oleh Yaseen et al. (2023) menunjukkan bahawa kelompok pembaca yang terdiri daripada petani juga signifikan untuk diberikan perhatian. Data dan statistik yang dikeluarkan oleh Food and Agriculture Organization of the United Nations (2021a), menunjukkan bahawa sejumlah 570 juta ladang dimiliki oleh petani secara kecil-kecilan yang menetap jauh daripada kawasan bandar serta mempunyai saluran komunikasi pertanian yang terhad. Petani-petani yang jauh daripada arus urbanisasi ini juga merupakan sebahagian daripada kumpulan pembaca akhbar bercetak (Mohd Nor Shahizan, 2022; Möhring et al., 2020).

Menilai kepada konteks pertanian serantau, Malaysia merupakan negara pengisar koko keempat di Asia (Lembaga Koko Malaysia, 2022). Manakala Indonesia merupakan negara pengesport ketiga terbesar di dunia (Kakao-Indonesia, 2021). Walaupun mempunyai kedudukan terbaik dunia dalam eksport komoditi koko, Indonesia dan Malaysia turut tidak terkecuali berhadapan dengan pelbagai isu berhubung dengan produktiviti petani yang belum mampu mencapai sasaran negara. Ianya dapat dibuktikan melalui pemaparan tajuk berita akhbar Indonesia dalam *BI Sebut Produktivitas Pertanian di Sultra Masih Rendah* (Zonasultra, 2021). Komoditi koko menjadi isu penting dalam pembangunan ekonomi pertanian antara Malaysia dan Indonesia kerana faktor hubungan antara kedua-dua buah negara yang mengeksport koko untuk negara-negara Eropah. Di Malaysia, sumbangan eksport agrikomoditi koko RM6.9 Billion bermula tahun 2010 hingga 2021. Oleh itu, pemerksaan petani-petani di Malaysia dan Indonesia melalui penyampaian maklumat yang berkesan amatlah diperlukan agar peranan akhbar sebagai alat komunikasi menyampaikan agenda pemimpin dapat disalurkan dengan berkesan.

Dalam aspek penelitian tajuk akhbar Malaysia dan Indonesia, tajuk-tajuk akhbar yang memaparkan kekangan petani yang tidak bersedia dengan permintaan koko dunia di Eropah semakin hebat diwacanakan di dada-dada akhbar. Turut dipaparkan dalam tajuk akhbar iaitu *Permintaan Kakao Asal Jatim Tinggi, Pasokan Belum Optimal* siaran *Bisnes.com* pada 17 Februari 2021. Selain itu, terdapat juga kekangan dari segi melepasi piawaian pasaran Eropah

yang mementingkan kualiti biji koko terbaik melalui siaran akhbar *Bisnes.com* dalam *Produk Halal Indonesia Sulit Tembus Pasar Eropa. Kenapa?* pada 24 September 2021. Berbeza dengan situasi pemaparan tajuk berita akhbar di Malaysia, mengenai komoditi koko yang menuntut pendekatan agresif oleh pemerintah melalui tajuk berita *Industri koko Malaysia perlu pendekatan agresif* siaran Berita Harian pada 1 September 2019. Isu-isu penghasilan biji koko yang berkualiti juga sering mendapat perhatian liputan akhbar melalui tajuk berita akhbar *Kontena bawa 24 tan koko ada serangga perosak* siaran Harian Metro pada 24 Mac 2021 oleh Mohamed Farid Noh.

Penglibatan petani dalam bidang usaha koko dari segi isu produktiviti, cabaran dan kekangan amat penting untuk dianalisis melalui peranan akhbar dalam menyiarkan berita-berita berkaitan perkembangan isu komoditi koko di Malaysia dan Indonesia kerana wujudnya hubungan ekonomi pertanian antara kedua-dua buah negara (Ika Karlina et al., 2022). Walau bagaimanapun, analisis pragmatik tajuk akhbar dalam bidang komunikasi yang memaparkan berita mengenai koko amat kurang diterokai oleh kajian bersifat akademik. Sedangkan, media massa melalui peranan akhbar mempunyai peranan penting alat penyebaran pelbagai maklumat (Ispandriarno, 2021; Azlizan & Norlilawati, 2020; Shahrul Nazmi et al., 2019; Kubitz et al., 2013; Mus Chairil, 1992). Pada tahun 1920-an, saluran komunikasi masyarakat dibentuk dengan pengetahuan yang diperolehi saluran radio, surat khabar, majalah dan televisyen (Dauda & Hasan, 2018; Hazlin et al., 2016; Shahrul Nazmi & Normah, 2015). Walau bagaimanapun, akhbar tetap memainkan peranan mempengaruhi dan membentuk cara fikir masyarakat bagi menginterpretasi maklumat dengan baik (Azlizan & Norlilawati, 2020; Mohd Hazreen et al., 2019).

Kajian bidang komunikasi dan pragmatik di Malaysia tentang peranan akhbar sebagai alat membidas dan mengkritik memberi tumpuan kepada isu persekitaran merangkumi komoditi Sawit dan situasi pertuturan semasa menghadapi bencana alam. Dalam membincangkan isu kelestarian sawit, kajian Maslida et al. (2021), telah menganalisis sebanyak 70 data daripada tiga akhbar dalam talian iaitu Malaysiakini, Berita Harian dan Harian Metro. Isu kelapa sawit dikumpulkan secara rawak bermula daripada tahun 2017 sehingga tahun 2020. Hasil kajian menunjukkan bahawa lakuan asertif sebanyak 70% adalah paling kerap digunakan sebagai tajuk berita. Kajian terhadap komoditi sawit juga dianalisis oleh Liu et al. (2020) yang menganalisis gambaran media melalui liputan akhbar berkaitan kelestarian pertanian sawit melibatkan tiga buah negara iaitu Indonesia, Malaysia dan Singapura.

Penyelidikan dalam bidang komunikasi dan pragmatik di Indonesia tentang peranan akhbar sebagai alat penyampaian maklumat diperlihatkan menerusi beberapa kajian. Kajian Wiana dan Khairani (2020), menganalisis akhbar Medan, Indonesia melalui siaran tajuk berita akhbar dalam surat khabar Waspada edisi Mei hingga Julai 2020. Penemuan kajian Wiana dan Khairani (2020), secara kualitatif terhadap sejumlah 2830 akhbar mendapati jenis lakuan tutur akhbar semasa era pandemik Covid-19 didominasi oleh tiga jenis lakuan tutur iaitu asertif (36.4%), direktif (32.1%) dan ekspresif (26.6%). Pada tahun berikutnya, kajian dalam konteks politik melalui analisis pragmatik jenis lakuan tutur berita akhbar pasca pilihan raya umum Indonesia tahun 2019 dikaji oleh Qomariyah (2019). Sejumlah 70 buah akhbar yang terdiri daripada 20 tajuk berita akhbar *Jakarta Globe* dan 50 tajuk berita akhbar *Jakarta Post* telah dianalisis. Hasil kajian statistik deskriptif mendapati bahawa jenis lakuan tutur asertif (34.6%) dan deklaratif (30.8%) lebih mendominasi berbanding jenis lakuan tutur lain (Qomariyah, 2019).

Tuntasnya, berdasarkan analisis sorotan kajian lepas, kurang ditemui kajian-kajian yang menyentuh berkaitan tajuk berita akhbar dalam kalangan pengkaji di Malaysia dan Indonesia khusus untuk isu pertanian koko. Terkini, Jámbor et al. (2020) menganalisis impak pandemik Covid-19 terhadap sektor pertanian melalui analisis terhadap tajuk berita akhbar *CNN, NBC News, Huffington Post, Fox News, Daily Mail, The Guardian, ABC News, BBC News* dan *USA Today*. Hasil kajian melaporkan bahawa analisis akhbar-akhbar tersebut memaparkan isu jaminan bekalan makanan, keselamatan makanan, permintaan dan penawaran dan buruh semasa pandemik Covid-19 berlangsung. Sehubungan itu, kajian mengisi jurang bidang kajian komunikasi dan analisis pragmatik struktur bahasa melalui pemaparan isu komoditi koko menerusi akhbar Malaysia dan Indonesia. Dengan kata lain, kajian ini memfokuskan pada bidang kajian komunikasi dan analisis pragmatik menggunakan Teori Lakuan Tutar Searle (1979) pada tajuk-tajuk berita akhbar di Malaysia dan Indonesia. Ini selari dengan pandangan beberapa sarjana seperti Artner-Nehls dan Uthes (2023), Yaseen et al. (2022), Azlizan et al. (2022), Akhter et al. (2021), Ainis dan Mohd Azizuddin (2021), Chhachhar et al. (2020), Azlizan dan Norlilawati (2020), Keller et al. (2020), Mohd Hazreen et al. (2019), Listiana et al. (2019) dan Maslida et al. (2015) yang menjelaskan bahawa akhbar berperanan melalui bahasa yang disampaikan untuk menganalisis perkembangan atau peristiwa yang berlaku dalam negara.

METODOLOGI KAJIAN

Reka bentuk kajian kuantitatif dengan pendekatan analisis kandungan digunakan untuk mengkaji tajuk akhbar yang disiarkan dalam akhbar di Malaysia dan Indonesia. Kaedah kuantitatif adalah satu bentuk kajian sains sosial yang popular dalam bidang komunikasi untuk menganalisis tren-tren penyaluran maklumat yang disiarkan dalam komunikasi massa (Wood & Ali, 2022; Ika Karlina et al., 2022; Jackson-Smith & Veisi, 2021; Muhamad Ridhwan et al., 2021). Manakala, analisis kandungan atau *content analysis* adalah satu pendekatan komprehensif untuk mengkaji dokumen tekstual yang diterbitkan (Pan et al., 2022; Ainis & Mohd Azizuddin, 2021; Priyonggo & Hamedi, 2021; Gandasari & Dwidienawati, 2020; Keller et al., 2020; Morissan, 2019). Dalam kajian ini, analisis kandungan dikhususkan kepada analisis terhadap kandungan tajuk berita akhbar atas talian yang lebih mudah diperolehi dan dianalisis.

Tajuk-tajuk akhbar yang disiarkan oleh industri akhbar bagi kedua-dua negara amat penting dianalisis kerana isi berita dalam akhbar melahirkan proses interaksi sosial antara akhbar sebagai medium untuk mengkomunikasikan idea kepada pembacanya. Kepentingan kajian kuantitatif terhadap tajuk-tajuk akhbar disokong oleh beberapa pandangan oleh pengkaji terawal bidang komunikasi dan analisis pragmatik seperti Bell (1991) yang menyatakan bahawa tajuk berita akhbar mempunyai pelbagai fungsi. Begitu juga dengan pakar kajian komunikasi dan bahasa iaitu Maslida et al. (2021), Priyonggo dan Hamedi (2021), Akhter et al. (2021), Azlizan dan Norlilawati (2020) dan Al-Hindawi dan Ali (2018), yang menyatakan bahawa tajuk berita akhbar adalah medium komunikasi untuk menyalurkan, menyebarkan dan menyampaikan maklumat kepada pembaca. Wartawan selaku penulis tajuk akhbar dan isi berita bertanggungjawab melaporkan berita-berita mengikut kehendak dan keperluan dengan mengamalkan nilai-nilai kewartawanan beretika (Rizkiansyah, Muslikhin, & Wiratma, 2020; Kubitz et al., 2013). Atas rasional ini tajuk-tajuk berita akhbar di Malaysia dan Indonesia yang menyiarkan isu komoditi koko sebagai salah satu agenda penting ekonomi negara dianalisis secara sistematik.

a. *Prosedur Pengumpulan Data Tajuk Akhbar*

Prosedur pengumpulan data melibatkan analisis kandungan (*content analysis*) terhadap tajuk-tajuk akhbar berdasarkan kaedah yang disarankan oleh Lynch (2002) dalam *Analyzing Newspaper Content: A How-To Guide*. Skop akhbar Malaysia yang dipilih dalam melibatkan empat akhbar utama yang mempunyai nilai *organic traffic* tertinggi. Data *organic traffic* dalam sebulan menunjukkan empat jenis akhbar Malaysia yang menjadi pilihan iaitu *The Star* (thestar.com.my)= 2,623,734/ sebulan, Malaysiakini (malaysiakini.com)= 2,165,695/sebulan, Berita Harian (bharian.com.my)= 1,242,536/sebulan, Harian Metro (hmetro.com.my)= 1,207,104/sebulan dan Utusan Malaysia (utusan.com.my)= 1,028,230/sebulan. Bagi akhbar Indonesia, sejumlah tiga akhbar terpilih berdasarkan hasil carian tertinggi mengenai isu komoditi koko iaitu Liputan.com, Kompas.com dan Republik.com.

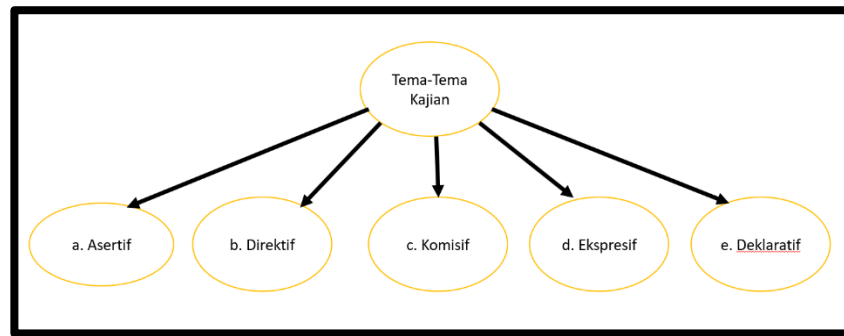
b. *Pengkategorian Tema dan Sub-Tema Tajuk Akhbar*

Kajian ini menggunakan pendekatan analisis kandungan bagi mengumpul data dan mengkategorikan data-data tajuk akhbar. Asas kepada pengkategorian tema dan sub-tema kajian ini dibentuk berdasarkan kerangka teoritikal Teori Lakuan Tutar Searle (1969, 1979). Justifikasi pemilihan Teori Lakuan Tutar Searle (1969 & 1979) juga adalah hasil daripada kajian-kajian bidang komunikasi dan liputan berita akhbar pertanian (Artner-Nehls & Uthes, 2023; Jackson-Smith & Veisi, 2021; Maslida Yusof et al., 2021; Chowhan & Ghosh, 2020; Liu et al., 2020), komunikasi dan dasar pemerintah (Azlizan & Norlilawati, 2022; Azlizan et al., 2020), komunikasi dan gaya komunikasi kepimpinan (Nurul Afifah et al., 2022), pendidikan media (Widodo, 2016), gaya bahasa pemasaran digital pertanian (Mariyono, 2019; Parmar et al., 2019) literasi kesihatan dalam talian (Jámbor et al., 2020) dan konflik komunikasi antara pemimpin dan negara (Qomariyah, 2019; Al-Hindawi & Ali, 2018).

No	Tarikh	Akhbar	Tajuk Berita Akhbar	Tema-Tema
				Asertif
				Direktif
				Komisif
				Ekspresif
				Deklaratif

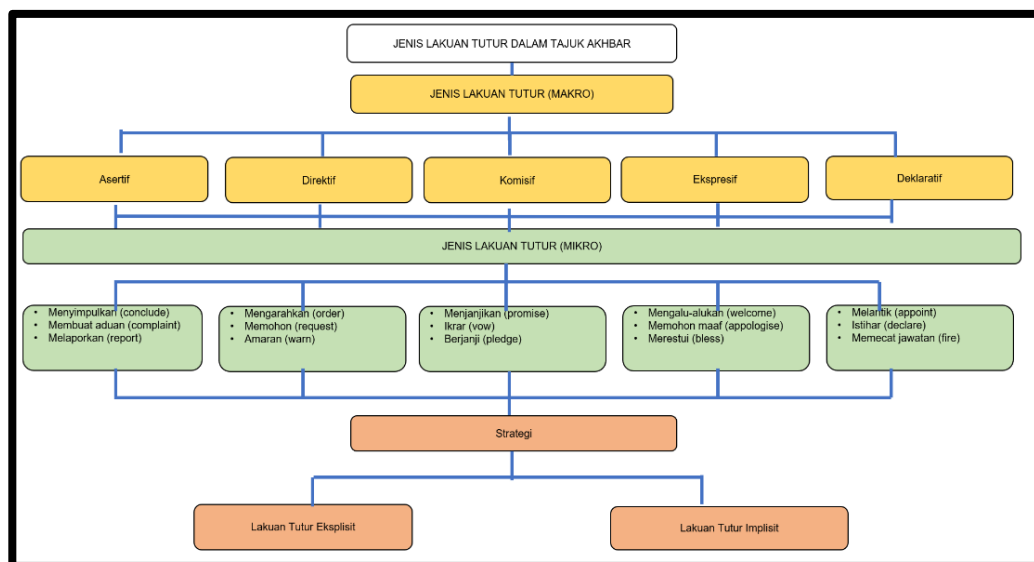
Rajah 1: Pengkategorian tema tajuk akhbar

Rajah 1 menunjukkan sejumlah lima tema utama yang dijadikan sebagai landasan kepada pengkategorian tema-tema kajian tentang tajuk berita akhbar. Sejumlah 50 tajuk berita akhbar Malaysia dan 70 tajuk berita akhbar Indonesia dikategorikan mengikut lima tema utama. Lima tema utama tersebut terdiri daripada asertif, direktif, komisif, ekspresif dan deklaratif. Kelima-lima tema tersebut mempunyai fungsi dan peranannya dalam komunikasi massa melalui tajuk akhbar yang memaparkan isu komoditi koko melibatkan Malaysia dan Indonesia. Borang pengkodan tema-tema mengikut berdasarkan jenis akhbar dan tajuk akhbar digunakan agar pemilihan tajuk akhbar dilakukan secara sistematik.



Rajah 2: Pengkodan tema tajuk akhbar melalui borang kodan

Rajah 2 menunjukkan kaedah pengenalanpastian kod-kod melalui tajuk-tajuk akhbar. Dalam borang kodan susunan akhbar adalah mengikut tahun terkini iaitu bermula dari susunan tahun 2021 hingga 2017 (sebanyak 4 tahun) bagi meneroka tren-tren berkaitan perkembangan isu komoditi koko bagi negara Malaysia dan Indonesia. Susunan mengikut tema dan borang koding memudahkan pengkaji melakukan analisis kandungan mengikut laras bahasa dan sifat komunikasi yang dituturkan melalui tajuk akhbar.



Rajah 3: Teori Lakuan Tuter Searle (1969, 1979)
 (Sumber: Disesuaikan daripada Al-Hindawi & Ali, 2018)

Rajah 3 menunjukkan keseluruhan gambaran dan idea asas berkaitan Teori Lakuan Tuter Searle (1969, 1979). Idea asas teori mengandaikan bahawa komunikasi dan interaksi sosial melalui pertuturan yang diucapkan atau diperlihatkan melalui media cetak mempunyai laras bahasa tersendiri. Struktur bahasa memiliki makna dan fungsi dalam berkomunikasi (Nurul Afifah et al., 2022; Suppiah et al., 2022; Maslida et al., 2021; Mohamad Saifudin et al., 2021; Rustam et al., 2021; Handoko et al., 2021; Liu et al., 2020; Dauda & Hasan, 2018; Widodo, 2016).

Jenis lakuan tutur a) asertif merupakan jenis perlakuan tutur bahasa yang berfungsi untuk menyatakan, mendapatkan maklumat, menafikan, menyarankan, melaporkan dan mengandaikan. Komunikasi bersifat asertif oleh penuturnya bertujuan untuk melaporkan/membuat sebarang aduan tentang sesebuah perihal berkomunikasi (Nurul Afifah et al., 2022;

Suppiah et al., 2022; Maslida et al., 2021; Norhafezah et al., 2021; Mohamad Saifudin Mohamad Saleh et al., 2021; Rustam et al., 2021; Handoko et al., 2021; Liu et al., 2020; Dauda & Hasan, 2018; Widodo, 2016). Kadang-kala, lakuan tutur asertif juga digunakan untuk menyimpulkan sesuatu bentuk perbincangan yang dikomunikasikan antara dua orang penutur atau lebih.

Kedua, jenis lakuan tutur b) direktif merupakan jenis perlakuan tuturan bahasa yang melahirkan keinginan penutur supaya pendengar membuat sesuatu berkomunikasi (Nurul Afifah et al., 2022; Suppiah et al., 2022; Maslida et al., 2021; Mohamad Saifudin et al., 2021; Rustam & Bacha, 2021; Handoko et al., 2021; Liu et al., 2020; Dauda & Hasan, 2018; Widodo, 2016). Komunikasi bersifat direktif bersifat untuk mengarahkan, memohon dan memberi amaran kepada khalayak pembacanya. Kebiasaannya pertuturan direktif seringkali ditemui dalam ucapan-ucapan pemimpin.

Jenis lakuan tutur c) komisif merupakan jenis perlakuan tuturan bahasa yang mengikat penutur kepada sesuatu tindakan pada masa akan datang (Nurul Afifah et al., 2022; Suppiah et al., 2022; Maslida et al., 2021; Mohamad Saifudin et al., 2021; Rustam & Bacha, 2021; Handoko et al., 2021; Liu et al., 2020; Dauda & Hasan, 2018; Widodo, 2016). Komunikasi yang bersifat komisif ini menunjukkan kesediaan penuturnya untuk menjanjikan sesuatu perkara terutamanya pemimpin kepada rakyat. Seterusnya, melaksanakan ikrar-ikrar sepertimana yang dijanjikan dan lazimnya aspek komunikasi bersifat komisif ini lebih kepada pembujukan.

Jenis lakuan tutur d) ekspresif merupakan perlakuan tuturan bahasa yang menunjukkan sikap psikologi atau *mood* penutur yang mengandungi fungsi untuk menunjukkan dan mendedahkan perasaan dan sikap penutur terhadap pendengar (Nurul Afifah et al., 2022; Suppiah et al., 2022; Maslida et al., 2021; Norhafezah et al., 2021; Mohamad Saifudin et al., 2021; Rustam & Bacha, 2021; Handoko et al., 2021; Liu et al., 2020; Dauda & Hasan, 2018; Widodo, 2016). Komunikasi bersifat ekspresif ini lazimnya muncul dalam tajuk-tajuk akhbar yang berperanan mengikat emosi dan psikologi pembacanya agar mempunyai perasaan simpati, empati, kasihan, kemarahan, semangat patriotisme dan pelbagai emosi yang lain. Kebiasaannya, tajuk berita akhbar bersifat komisif yang ditujukan oleh wartawan kepada pembaca adalah tajuk berita yang sensasi, mendukacitakan, mengejutkan dan menyayat hati.

Akhir sekali ialah, lakuan bahasa e) deklaratif atau penyata merupakan perlakuan tuturan bahasa yang memberikan perubahan segera dalam sesuatu keadaan semasa (Nurul Afifah et al., 2022; Suppiah et al., 2022; Maslida et al., 2021; Mohamad Saifudin et al., 2021; Rustam & Bacha, 2021; Handoko et al., 2021, Liu et al., 2020; Dauda & Hasan, 2018; Widodo, 2016). Komunikasi dalam parlimen terutama dalam kalangan pemimpin politik seringkali menggunakan gaya bahasa direktif terutama dalam aspek pelantikan, pemecatan jawatan dan pengistiharan tentang sesuatu.

c. Penganalisan Data Tajuk Akhbar

Kajian ini adalah kajian kuantitatif dengan kaedah analisis kandungan untuk mengenal pasti perbandingan pemaparan isu komoditi koko bagi tajuk berita akhbar antara Malaysia dan Indonesia. Data kuantitatif diperoleh melalui senarai Borang Penkodan Tema-Tema lakuan tutur seperti asertif, direktif, komisif, ekspresif dan deklaratif. Kemudian, setiap jenis tema dijumlahkan kekerapannya dan dianalisis taburannya menggunakan perisian IBM *Statistik Package for Social Science* (SPSS) versi 28.

Data kuantitatif ini dipersembahkan dalam bentuk jadual mudah dalam Hasil Kajian dan Perbincangan dan dideskripsikan mengikut jenis lakuan tutur, kekerapan, peratusan dan skor bagi kedudukan setiap satu tema. Manakala, hasil data analisis kandungan pula diperolehi melalui tajuk-tajuk akhbar yang dianalisis secara tematik menggunakan analisis pragmatik menggunakan Teori Lakuan Tutur Searle (1969, 1979).

HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Kajian memberi tumpuan kepada pemaparan tajuk berita terbitan tahun 2017 sehingga 2021 dalam akhbar tempatan di Malaysia dan Indonesia berkaitan isu komoditi koko dalam konteks produktiviti, cabaran dan kekangan bidang usaha koko. Bagi memenuhi tujuan kajian, analisis pragmatik menggunakan Teori Lakuan Tutur Searle (1969, 1979) digunakan sebagai asas kepada penelitian tajuk-tajuk berita akhbar. Analisis kandungan secara tematik dilakukan terhadap tajuk-tajuk berita dalam akhbar yang membawa kepada lima jenis lakuan tutur bersifat asertif, direktif, komisif, ekspresif dan deklarasi yang dikomunikasikan melalui akhbar.

Penemuan kajian berkaitan isu komoditi koko dalam tajuk berita akhbar Malaysia dianalisis secara rawak berdasarkan empat tajuk akhbar yang terdiri daripada The Star (N=17), Berita Harian (N=15), Harian Metro (N=11) dan Utusan Malaysia (N=7) secara atas talian. Berdasarkan Jadual 1, hasil kajian menunjukkan bahawa tiga jenis lakuan tutur yang mempunyai kekerapan tertinggi dalam pemaparan 50 tajuk berita akhbar mengenai koko di Malaysia.

Jadual 1: Jenis lakuan tutur akhbar Malaysia berkaitan isu kelestarian komoditi koko

Jenis Lakuan Tutur Akhbar Malaysia	Kekerapan	Peratusan (%)	Skor
Asertif	24	48.0	1
Direktif	5	10.0	4
Komisif	11	22.0	2
Ekspresif	0	0	5
Deklarasi	10	20.0	3
Jumlah	50	100	-

Jenis lakuan tutur asertif menunjukkan kekerapan tertinggi dengan jumlah peratusan sebanyak 48 %. Hasil kajian ini menyamai dapatan kajian oleh Maslida et al. (2021). Analisis kandungan secara komprehensif dalam akhbar Malaysia menunjukkan sejumlah 24 tajuk akhbar memaparkan ciri asertif dalam tajuk akhbar 1, 2, 3, 5, 6, 10, 11, 12, 13, 17, 18, 19, 26, 29, 32, 33, 36, 37 dan 39 (Tajuk Berita Akhbar Lampiran A, 2023). Ianya diperkukuhkan dengan pembuktian beberapa akhbar yang menunjukkan ciri asertif dalam melaporkan isu komoditi koko seperti '*Lower export earnings from cocoa seen due to virus*' (The Star, 12 May 2020), '*Koko sumbang RM1.64 bilion KDNK Malaysia*' (Sinar Harian, 12 September 2021), '*Kontena bawa 24 tan koko ada serangga perosak*' (oleh Mohamed Farid dalam Harian Metro, 24 Mac 2021) dan '*Kit diagnostik koko bantu pembiakan baka bermutu tinggi*' (oleh Maisarah dalam Utusan Malaysia, 24 September 2020).

Jenis lakuan tutur komisif menduduki skor kedua tertinggi dengan menunjukkan kekerapan sebanyak 11 data dengan jumlah peratusan sebanyak 22 %. Dapatan ini selari dengan kajian Fareed Hameed dan Abid Hmood (2018). Ia merangkumi data tajuk berita akhbar 4, 7, 8, 9, 14, 23, 34, 35, 38, 47 dan 50 (Tajuk Berita Akhbar Lampiran A, 2021). Ciri komisif yang mengikat penutur dengan sebuah janji dipaparkan dalam tajuk akhbar seperti

'Indonesia keeps palm oil, cocoa beans export tax unchanged for Sept (27 Aug 2018), LKM rancang tubuh anak syarikat pasaran produk koko (oleh Rafiqah dalam Berita Harian, 24 September 2020), Kerajaan sedia bantu B40 ceburi bidang coklat (oleh Zutul dalam Harian Metro, 10 Julai 2020) dan Empat komoditi utama Kelantan diberi tumpuan (oleh Azman dalam Utusan Malaysia, 15 Ogos 2020).

Deklarasi menunjukkan skor ketiga tertinggi dengan kekerapan sebanyak 10 data yang membawa kepada 20 %. Ianya dibuktikan dengan siaran tajuk akhbar 15, 16, 20, 22, 24, 28, 31, 40, 41 dan 48 (Tajuk Berita Akhbar Lampiran A, 2023). Ciri-ciri deklarasi didapati dalam beberapa tajuk akhbar seperti 'Cocoa board targets higher export value this year' (The Star, 13 Sep 2017), 'Malaysia perlu manfaat potensi besar industri koko global' (oleh Wee dalam Berita Harian, 26 April 2021), 'MAQIS rampas koko import' (oleh Ibrahim dalam Harian Metro, 7 November 2019) dan '4 fokus perkasa sektor perladangan dan komoditi' (oleh Petah dalam Utusan Malaysia, 4 November 2020). Penemuan kajian selari dengan Jámbor et al. (2020).

Jenis lakuan direktif mencatatkan jumlah kekerapan sebanyak 5 data dengan jumlah peratusan terendah iaitu hanya 10 % sahaja. Dapatan kajian selari dengan Nurul Afifah et al. (2022) yang menjelaskan bahawa pola direktif berperanan untuk mengarahkan sesuatu perkara bagi mendapatkan perubahan dengan segera. Ianya ditunjukkan pada tajuk berita akhbar 21, 25, 30, 44 dan 45. Sifat-sifat direktif didapati pada tajuk akhbar seperti 'Industri koko Malaysia perlu pendekatan agresif' (Berita Harian, 1 September 2019) dan 'Produk koko tempatan perlu berani teroka pasaran e-dagang' (oleh Amree dalam Utusan Malaysia, 26 Julai 2021).

Menilai kepada perkembangan komoditi koko di negara serantau, Indonesia dipilih sebagai salah satu negara yang relevan dianalisis kerana kedudukan negara tersebut yang menduduki tangga ketiga pengeluar koko (*kakao*) terbesar dunia (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2021b). Tajuk akhbar Indonesia dianalisis dari tahun 2017 sehingga tahun 2021 yang melibatkan tiga akhbar utama iaitu Liputan.com (N=40), Kompas.com (N=26) dan Republik.com (N=9). Pemilihan akhbar secara bertujuan adalah disebabkan kekerapan ketiga-tiga akhbar memaparkan isu komoditi koko (dalam dan luar negara), cabaran industri koko dan kekangan yang dialami oleh petani Indonesia.

Jadual 2: Jenis Lakuan tutur akhbar Indonesia berkaitan isu kelestarian komoditi koko

Jenis Lakuan Tutur Akhbar Indonesia	Kekerapan	Peratusan (%)	Skor
Asertif	36	48.0	1
Direktif	10	13.3	3
Komisif	12	16.0	2
Ekspresif	8	10.7	5
Deklarasi	9	12.0	4
Jumlah	75	100	-

Hasil kajian berdasarkan Jadual 2, telah mendapati sejumlah lima jenis lakuan tutur mendominasi 75 data tajuk akhbar dalam talian di Indonesia yang selari dengan penemuan kajian Anik Nur Qomariyah, (2019), Desri dan Ade Irma, (2020) dan Rustam et al. (2021). Antaranya ialah, jenis lakuan tutur asertif yang mencatatkan kekerapan sebanyak 36 data dengan jumlah peratusan sebanyak 48%. Ianya didapati pada tajuk berita akhbar 1, 2, 3, 4, 10, 14, 16, 17, 18, 20, 21, 23, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 40, 41, 44, 46, 49, 50, 51, 54, 55, 69, 73 dan 74. Ciri-ciri asertif secara terperinci didapati pada tajuk 'Indonesia Masuk Daftar 5 Negara Produksi Kakao Terbesar Sedunia, Asia Satu-Satunya' (Liputan6.com, 06

November 2020) dan *Bagaimana Produksi Kakao Indonesia?* (Kompas.com, 16 Februari 2021).

Diikuti dengan jenis lakuan tutur komisif dengan kekerapan data sebanyak 12 data yang mewakili sebanyak 16%. Sifat berita akhbar yang komisif ditemui pada tajuk 5, 6, 22, 57, 58, 61, 62, 63, 64, 65 dan 75. Secara terperinci, akhbar Indonesia yang menerapkan ciri-ciri komisif ialah '*Dirjen Perkebunan Tegaskan Kakao Tetap Jadi Perhatian di Program Grasida*' (Liputan6.com, 18 September 2020) dan '*Ekspor Kakao Diyakini Naik Tahun Ini*' (oleh Yolanda dalam *Republika.co.id*, 03 Mac 2019).

Kajian mendapati bahawa jenis lakuan tutur direktif menunjukkan jumlah kekerapan sebanyak 10 data yang mewakili sebanyak 13.3%. Ciri-ciri direktif ditemui pada sebilangan akhbar seperti 11, 13, 38, 42, 45, 60, 68, 70, 71 dan 72 (Tajuk Akhbar Lampiran B, 2023) yang juga dipaparkan oleh Widodo (2016) dan Wiana dan Khairani (2020) dalam kajiannya. Pemaparan ciri direktif didapati pada akhbar '*Tingkatkan Kualitas Kakao Mojokerto, OJK Ajak Petani Kelola Keuangan*' (Liputan6.com, 2 November 2019) dan '*Pemerintah Sulbar Dorong Ekspor Kakao untuk Bangun Ekonomi*' (oleh Aminah dalam *Republika.co.id*, 23 Jun 2021).

Jenis lakuan tutur ekspresif memperlihatkan sejumlah 8 data yang mewakili 10.7 % akhbar Indonesia sebagaimana yang juga ditemui dalam kajian Widodo (2016) dan Wiana dan Khairani (2020). Ianya diperlihatkan pada akhbar 12, 19, 24, 26, 39, 43, 56 dan 59 (Tajuk Akhbar Lampiran B, 2021). Sebagai contoh, ekspresif ditunjukkan pada akhbar '*Bingungnya Petani Kakao Usai Dapat Sepeda dari Jokowi*' (oleh Phagta dalam Liputan6.com, 7 Mei 2017).

Jenis lakuan tutur deklarasasi memperlihatkan sejumlah 9 data yang mewakili 12.0 % akhbar Indonesia. Kajian mendapati ciri deklarasasi didapati pada akhbar 7, 8, 9, 15, 31, 47, 52, 53 dan 67 (Tajuk Akhbar Lampiran B, 2023) juga ditemui dalam kajian Qamariyah (2019). Sebagai contohnya, ciri deklarasasi didapati pada akhbar '*Ditjen Perkebunan Terus Lakukan Upaya Atasi Masalah Kakao*' (oleh Hafil dalam *Republika.co.id*, 06 Oktober 2019) dan '*Pemerintah Ajak Petani Garap Hilirisasi Kakao*' (oleh Murdaningsih dalam *Republika.co.id*, 13 Oktober 2019).

Jadual 3: Perbandingan jenis lakuan tutur melalui pemaparan isu komoditi koko tajuk berita akhbar antara Malaysia dan Indonesia tahun 2017 sehingga tahun 2021

Akhbar	Asertif		Direktif		Komisif		Ekspresif		Deklarasi	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Malaysia N=50										
<i>The Star</i>	10	20.0	0	0	5	10.0	0	0	2	4.0
<i>Berita Harian</i>	6	12.0	3	6.0	0	0	0	0	5	10.0
<i>Harian Metro</i>	6	12.0	0	0	3	6.0	0	0	2	4.0
<i>Utusan</i>	2	4.0	2	4.0	2	4.0	0	0	1	2.0
Indonesia N=75										
<i>Liputan.com</i>	13	17.3	2	2.67	3	4.0	4	5.3	4	5.3
<i>Kompas.com</i>	8	10.7	0	0	0	0	0	0	1	1.3
<i>Republik.com</i>	15	20.0	8	10.7	9	12.0	4	5.3	4	5.3

Jadual 3 meneliti kepada analisis pragmatik pemaparan tajuk berita akhbar Malaysia dan Indonesia berkaitan isu komoditi koko. Kajian mendapati bahawa kedua-dua negara didominasi oleh jenis lakuan tutur asertif. Penemuan kajian terhadap analisis pragmatik dari tahun 2017 sehingga tahun 2021 melibatkan dua buah akhbar di Malaysia dan Indonesia mempunyai perbezaan ketara dari segi jenis lakuan tutur yang digunakan. Berdasarkan Jadual 3, penelitian terhadap akhbar *The Star* (N=17), *Berita Harian* (N=15), *Harian Metro* (N=11) dan

Utusan Malaysia (N=7), didapati tiada satu pun daripada akhbar tersebut menggunakan jenis lakuan tutur Searle (1969) yang menunjukkan ciri-ciri ekspresif untuk memaparkan isu produktiviti koko, cabaran dan kekangan berkaitan komoditi koko di Malaysia. Dapatan kajian secara kumulatif menunjukkan keempat-empat akhbar Malaysia menggunakan jenis lakuan tutur Searle (1969) yang mencirikan sifat asertif dan deklaratif.

Kajian menunjukkan bahawa tajuk berita akhbar di Indonesia majoritinya menggunakan ke semua lima jenis lakuan tutur yang digagaskan oleh Searle (1969) dalam teorinya. Dapatan kajian terhadap tajuk berita akhbar Liputan.com (N=26) dan Republik.com (N=40) didapati telah menggunakan lima jenis lakuan tutur Searle (1969) untuk memaparkan isu, cabaran dan kekangan dalam komoditi koko di Indonesia. Ia bertepatan dengan peranan media massa melalui pemaparan tajuk berita akhbar yang seharusnya berupaya menyalurkan informasi yang bersifat melaporkan (asertif), menyatakan keinginan (direktif), memberikan ikrar janji (komisif), menunjukkan sifat psikologi (ekspresif) dan memacu perubahan segera (direktif). Berbeza pula dengan tajuk berita akhbar Kompas.com (N=9) yang hanya menggunakan dua jenis lakuan tutur Searle (1969) iaitu asertif dan deklarasi.

PERBINCANGAN

Tajuk berita akhbar berperanan sebagai sebuah alat untuk membawa perubahan dalam masyarakat melalui isi berita akhbar yang dilaporkan oleh media. Dalam erti kata lain, tajuk berita akhbar berperanan sebagai alat sosialisasi pemikiran masyarakat agar berupaya melakukan penyesuaian dan menerima perubahan sejajar dengan hasrat pihak berkepentingan. Dalam kajian ini, teori lakuan tutur Searle (1969) dijadikan sebagai landasan untuk menganalisis ke semua jenis perlakuan tutur bahasa yang terdapat dalam tajuk berita akhbar. Tidak dinafikan bahawa majoriti akhbar di Malaysia dan Indonesia berusaha untuk menampilkan tajuk-tajuk berita akhbar yang dapat memberi informasi tentang perkembangan industri koko bagi kedua-dua buah negara. Namun demikian, analisis mendapati bahawa tidak semua industri akhbar menggunakan ke semua jenis perlakuan tutur bahasa dalam melaporkan isu-isu berkaitan komoditi koko di Malaysia dan Indonesia.

Analisis mendapati bahawa tajuk berita akhbar Malaysia tidak mengetengahkan jenis perlakuan tutur bahasa ekspresif dalam melaporkan perkembangan industri koko. Sedangkan, jenis perlakuan tutur ekspresif dianggap sebagai satu pendekatan yang penting dalam usaha membangkitkan mood pembaca. Ini sejajar dengan sifat lakuan tutur yang mengandungi fungsi psikologi bagi mendedahkan perasaan penutur terhadap pembaca. Menilai perkara ini, seharusnya industri akhbar Malaysia mengambil langkah proaktif dengan memperbanyak jenis lakuan tutur ekspresif agar isu-isu produktiviti koko yang belum mampu memenuhi permintaan negara mendapat perhatian pembaca. Ini bersesuaian dengan fungsi jenis lakuan tutur ekspresif sebagaimana dijelaskan oleh Searle (1969), yang berperanan untuk membangkitkan emosi dan psikologi pembaca agar melakukan perubahan segera bersesuaian dengan keperluan yang disarankan dalam isi berita akhbar.

Industri akhbar di Indonesia didapati memperlihatkan pola penyampaian yang seimbang dalam tajuk berita akhbar yang diterbitkan oleh media. Didapati bahawa jenis lakuan tutur asertif, direktif, komisif, ekspresif dan deklarasi digunakan hampir dalam semua pelaporan tajuk berita akhbar berkaitan komoditi koko. Dengan pola penyampaian sedemikian, tidak hairan jika Indonesia merupakan negara pengeluar koko ketiga dunia kepada negara-negara Eropah. Melalui penggunaan jenis lakuan tutur yang seimbang dalam tajuk berita akhbar, masyarakat atau pembaca bukan sahaja mendapat informasi atau laporan tentang senario produktiviti koko di Indonesia. Bahkan, masyarakat atau pembaca

yang bergiat dalam bidang usaha tani khususnya koko akan melakukan perubahan berpandukan saranan kerajaan atau agensi pertanian melalui jenis lakuan tutur direktif. Seterusnya, melakukan tindakan selaras dengan janji-janji bagi meningkatkan produktiviti koko melalui jenis lakuan tutur komisif. Selain itu, menzahirkan hasrat bagi melonjak produktiviti koko agar memenuhi permintaan eksport melalui jenis lakuan tutur ekspresif. Akhir sekali, memperkasa industri koko sebagaimana syor-syor kerajaan atau agensi pertanian melalui lakuan tutur direktif.

KESIMPULAN

Secara kesimpulannya, peranan akhbar dalam komunikasi massa telah membuktikan bahawa tajuk berita akhbar mempunyai pelbagai fungsi sebagai alat advokasi untuk menyampaikan informasi kepada pembaca. Tentunya, sirkulasi dan perkembangan akhbar dalam kalangan pembaca selepas era merdeka hingga kini mempunyai perbezaan dari segi fokus penyampaian tajuk berita akhbar. Tetapi, ianya tidak sedikitpun menjejaskan peranan akhbar. Tidak dinafikan bahawa perkembangan kemajuan ICT telah mewujudkan pelbagai medium saluran informasi kepada pembaca untuk mengakses sebarang informasi secara atas talian dengan pelbagai pautan. Akan tetapi, peranan akhbar dari segi melaporkan isu-isu semasa, perkembangan negara, agenda pemimpin, situasi ekonomi, politik, sosial dan fenomena sosial yang lain masih diyakini kredibilitinya oleh pembaca.

Keyakinan pembaca terhadap kredibiliti akhbar masih mendominasi dalam komunikasi massa kini. Kajian membuktikan bahawa pembaca di Malaysia dan Indonesia khususnya dalam kategori sektor pertanian masih menggunakan medium akhbar untuk mendapatkan maklumat dan informasi berkaitan perkembangan komoditi utama negara iaitu koko. Saranan dan syor kerajaan dalam memperkasakan pengeluaran komoditi koko bagi kedua-dua negara serumpun adalah selari iaitu untuk memenuhi permintaan dengan menawarkan komoditi koko yang berkualiti tinggi kepada negara-negara Eropah. Isu-isu perubahan iklim yang menjejaskan pengeluaran komoditi koko dan langkah-langkah mengatasi isu produktiviti yang disarankan oleh kerajaan turut dilaporkan dalam tajuk berita akhbar kedua-dua buah negara. Dalam hal ini, didapati bahawa komunikasi massa terutamanya akhbar memainkan peranan signifikan menyalurkan informasi pertanian secara langsung kepada pembaca.

Pola penyampaian tajuk berita akhbar perlulah menggunakan laras dan struktur bahasa yang mudah difahami pembaca. Akhbar Malaysia menggunakan empat jenis lakuan tutur iaitu asertif, direktif, komisif dan deklaratif. Berbanding akhbar Indonesia, yang didapati menggunakan ke semua ciri-ciri lakuan tutur dalam pemberitaan mengenai komoditi koko. Ini menunjukkan wujudnya perbezaan ketara antara tajuk berita akhbar Malaysia dan Indonesia dalam konteks penyebaran informasi sektor pertanian komoditi koko. Penemuan utama kajian menunjukkan bahawa jenis lakuan tutur asertif mendominasi pola penyampaian berita akhbar di Malaysia dan Indonesia dalam konteks sektor pertanian koko. Ini menunjukkan bahawa pola penyampaian berita akhbar secara asertif adalah bersesuaian dengan sifat akhbar untuk menyatakan, mendapatkan maklumat, menafikan, menyarankan, melaporkan dan mengandaikan. Selain itu, komunikasi bersifat asertif oleh penuturnya bertujuan untuk melaporkan/membuat sebarang aduan tentang sesebuah perihal.

Penemuan kajian ini secara tidak langsung memberi implikasi kepada pembaca yang menjadi audiens kepada berita akhbar tentang perkembangan semasa sektor pertanian. Akhir sekali, penelitian isu komoditi koko melalui analisis pragmatik dengan mengenal pasti jenis

lakuan tutur pemaparan tajuk berita akhbar Malaysia dan Indonesia berupaya memperluas korpus ilmu melalui penggunaan Teori Searle (1969;1979) dalam kajian bidang komunikasi dan pembangunan pertanian. Implikasi kajian terletak kepada sumbangan kajian terhadap analisis pragmatik tajuk berita akhbar yang dapat dijadikan panduan kepada pelaksanaan dasar-dasar awam negara berkaitan sektor pertanian dari segi pelan tindakan, strategi dan inisiatif bagi kedua-dua buah negara iaitu Malaysia dan Indonesia.

BIODATA

Noviatin Binti Syarifuddin merupakan Fellowship (Pensyarah Muda) di Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS), Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan (FSSK), Universiti Kebangsaan Malaysia. Bidang kepakaran beliau ialah sosiologi alam sekitar dan pembangunan komuniti. Email: noviatin@ukm.edu.my

Mohamad Fauzi Sukimi merupakan Pensyarah Kanan di Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS), Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan (FSSK), Universiti Kebangsaan Malaysia. Bidang kepakaran beliau ialah sosiologi pembangunan. Email: fauzi@ukm.edu.my

Mohd Nor Shahizan Ali (pengarang koresponden) merupakan Professor Madya di Pusat Kajian Media dan Komunikasi (MENTION), Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan (FSSK), Universiti Kebangsaan Malaysia. Bidang kepakaran beliau ialah penyiaran (dokumentari), komunikasi visual, dan literasi media. Email: shahizan@ukm.edu.my

Novel Lyndon adalah Profesor Madya di program Antropologi dan Sosiologi di bawah Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS), Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan (FSSK), UKM. Bidang kepakaran beliau ialah pembangunan komuniti, orang asli dan kumpulan minoriti. Email: novel@ukm.edu.my

RUJUKAN

- Ainis Azreen Rosli, & Mohd Azizuddin Mohd Sani. (2021). Media framing on 2018 general election: A comparative content analysis on newspapers coverage toward political parties in Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(4), 220-236.
- Akhter, P., Hussain, T., & Ahsan, H. (2021). Mass media as a source of agricultural information: An overview of literature. *Global Regional Review*, 6(1), 58-63.
- Al-Hindawi, F. H., & Ali, A. H. (2018). A pragmatic study of CNN and BBC news headlines covering the Syrian conflict. *Advances in Language and Literary Studies*, 9(3), 43-51.
- Aminah, A. N. (2021, Jun 23). Pemerintah Sulbar dorong ekspor kakao untuk bangun ekonomi. *Republika.co.id*. <https://news.republika.co.id/berita/qv4620384/pemerintah-sulbar-dorong-ekspor-kakao-untuk-bangun-ekonomi>
- Amree Ahmad. (2021, Julai 26). Produk koko tempatan perlu berani teroka pasaran e-dagang. *Utusan Malaysia*. <https://www.utusan.com.my/terkini/2021/07/produk-koko-tempatan-perlu-berani-teroka-pasaran-e-dagang/>
- Artner-Nehls, A., & Uthes, S. (2023). Slurry tales: Newspaper coverage of livestock slurry reproduces public discourse on agriculture in Germany. *Environmental Management*, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s00267-023-01798-w>
- Aszlan Selamat, & Shakila Yacob. (2019). Isu antiminyak sawit dan peranan surat khabar as dalam mencorakkan hubungan Malaysia-Amerika Syarikat, 1986-1989. *Jebat: Malaysian Journal of History, Politics & Strategic Studies*, 46(2), 295-321.
- Azlizan Mat Enh, & Norlilawati Samak. (2020). Peranan Akhbar sebagai Wadah Komunikasi Pemerintah Selepas Pilihan Raya Umum 1969. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(1), 1-19.
- Azlizan Mat Enh, Muhamad Khaider Bustami, Hasrina Mustafa, Mohd Shazwan Mokhtar, & Nur Solehah Mohd Ashri. (2022). Isu sawit Malaysia dalam laporan akhbar Kesatuan Eropah. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(1), 118-142.
- Azman Ibrahim. (15 Ogos 2020). Empat komoditi utama Kelantan diberi tumpuan. *Utusan Malaysia*. <https://www.utusan.com.my/berita/2020/08/empat-komoditi-utama-kelantan-diberi-tumpuan/>
- Bell, A. (1991). *News values: The language of news media*. Blackwell Oxford, England.
- Berita Harian. (2019, September 1). Industri koko Malaysia perlu pendekatan agresif. <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2019/09/602551/industri-koko-malaysia-perlu-pendekatan-agresif>
- Chhachhar, A. R., Arain, G. S., & Chandio, D. A. (2020). Assessing print media coverage on environmental issues in Pakistan: A study of major newspapers in Pakistan. *Progressive Research Journal of Arts & Humanities (PRJAH)*, 2(2), 92-103.
- Chowhan, S. & Ghosh, S. R. (2020). Role of ICT on agriculture and its future scope in Bangladesh. *Journal of Scientific Research and Reports*, 26(5), 20-35.
- Dauda, S., & Hasan, N. N. N. (2018). Framing the sustainable development goals in Malaysian online news. *SEARCH: The Journal of the South East Asia Research Centre for Communication and Humanities*, 10(1), 1-24.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2021a). The state of food security and nutrition in the world: Transforming food systems for food security, improved nutrition and affordable healthy diets for all. SOFI 2021 digital resources. <https://www.fao.org/publications/sofi/2021/en/>

- Food and Agriculture Organization of the United Nations*. (2021b, April 23). Small family farmers produce a third of the world's food. <https://www.fao.org/news/story/en/item/1395127/icode/>
- Gandasari, D., & Dwidienawati, D. (2020). Content analysis of social and economic issues in Indonesia during the Covid-19 pandemic. *Heliyon*, 6(11), E05599.
- Hafil, M. (2019, Oktober 6). Ditjen perkebunan terus lakukan upaya atasi masalah kakao. *Republika.co.id*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/pyxclu430/ditjen-perkebunan-terus-lakukan-upaya-atasi-masalah-kakao>
- Handoko, D., Mohd Nor Shahizan Ali, & Wan Amizah Wan Mahmud. (2021). religious television management in Indonesia: Study on TV9 Nusantara as Islamic television. *Al-I'lam-Journal of Contemporary Islamic Communication and Media*, 1(2), 166-177.
- Hazlin Falina Rosli, Wan Amizah Wan Mahmud, & Maizatulhaizan Mahbob. (2016). Peranan media sebagai alat kesedaran sosial dalam kalangan orang kurang upaya di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(2), 471-488.
- Ibrahim Isa. (2019, November 7). MAQIS rampas koko import. *Harian Metro*. <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2019/11/515065/maqis-rampas-koko-import>
- Ika Karlina Idris, Nuurrianti Jalli, & Sabariah Mohamed Salleh. (2022). Blaming others: Stigmas related to COVID-19 pandemic in Indonesia and Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(4), 338-354.
- Ispandriarno, L. S. (2021). Kedaulatan rakyat's daily survival strategies in the siege of digital media. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(4), 445-460.
- Jackson-Smith, D., & Veisi, H. (2021). Media coverage of a pandemic's impacts on farmers and implications for agricultural resilience and adaptation. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 10(2), 1-23.
- Jámbor, A., Czine, P., & Balogh, P. (2020). The impact of the coronavirus on agriculture: First evidence based on global newspapers. *Sustainability*, 12(11), 4535.
- Jamilah Maliki, Normah Mustaffa, Mohd Nor Shahizan Ali, & Mus Chairil Samani. (2022). Identiti menerusi media sosial: Konstruksi, konteks dan hubungannya dengan aspek pengetahuan. *Jurnal Komunikasi Borneo (JKOB)*, 10(1), 71-86.
- Kakao-Indonesia*. (2021). Prospek kakao. <https://www.kakao-indonesia.com/>
- Keller, T. R., Hase, V., Thaker, J., Mahl, D., & Schäfer, M. S. (2020). News media coverage of climate change in India 1997–2016: Using automated content analysis to assess themes and topics. *Environmental Communication*, 14(2), 219-235.
- Konkwo, S. O., & Michael, C. O. (2021). Agricultural marketing information transmission channels to smallholder arable crop farmers in Imo State, Nigeria. *Ethiopian Journal of Environmental Studies & Management*, 14(4), 401-420.
- Kubitz, L., Telg, R., Irani, T., & Roberts, O. (2013). Perceptions of global and domestic agricultural issues held by international agricultural journalists. *Journal of Applied Communications*, 97(4), 77-96.
- Lembaga Koko Malaysia*. (2022). Harga koko: Harga purata biji koko kering mengikut gred. <https://www.koko.gov.my/lkmbm/index.cfm>
- Liputan6.com*. (2019, November 2). Tingkatkan kualitas kakao Mojokerto, OJK ajak petani kelola keuangan. <https://www.liputan6.com/surabaya/read/4101097/tingkatkan-kualitas-kakao-mojokerto-ojk-ajak-petani-kelola-keuangan>

- Liputan6.com*. (2020, November 6). Indonesia masuk daftar 5 negara produksi kakao terbesar sedunia, Asia satu-satunya.
<https://www.liputan6.com/global/read/4401128/indonesia-masuk-daftar-5-negara-produksi-kakao-terbesar-sedunia-asia-satu-satunya>
- Listiana, I., Efendi, I., & Rahmat, A. (2019). The behavior of extension agents in utilizing information and technology to improve the performance of extension agents in Lampung province. *Journal of Physics: Conference Series*, 1155(1), 012004.
- Liu, F. H., Ganesan, V., & Smith, T. E. (2020). Contrasting communications of sustainability science in the media coverage of palm oil agriculture on tropical peatlands in Indonesia, Malaysia and Singapore. *Environmental Science & Policy*, 114, 162-169.
- Lynch, O. H. (2002). Humorous communication: Finding a place for humor in communication research. *Communication Theory*, 12(4), 423-445.
- Maisarah Sheikh Rahim. (2020, September 24). Kit diagnostik koko bantu pembiakan baka bermutu tinggi. *Utusan Malaysia*.
<https://www.utusan.com.my/ekonomi/2020/09/kit-diagnostik-koko-bantu-pembiakan-baka-bermutu-tinggi/>
- Mariyono, J. (2019). Stepping up to market participation of smallholder agriculture in rural areas of Indonesia. *Agricultural Finance Review*, 79(2), 255-270.
- Maslida Yusof, Nor Hashimah Jalaluddin, Harishon Radzi, & Karim Harun. (2021). Pelaporan isu kelapa sawit dalam tajuk akhbar dalam talian: Analisis pragmatik. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(1), 126-145.
- Mdoda, L., Tshotsho, A., & Nontu, Y. (2022). Adoption of mass media for agricultural purposes by smallholder farmers in the Eastern Cape Province of South Africa. *South African Journal of Agricultural Extension*, 50(2), 117-136.
- Mohamed Farid Noh. (2021, Mac 24). Kontena bawa 24 tan koko ada serangga perosak. *Harian Metro*. <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2021/03/687430/kontena-bawa-24-tan-koko-ada-serangga-perosak>
- Mohd Hazreen Shah Hassan, Sharil Nizam Sha'ri, & Nor Azuwan Yaakob. (2019). Keberkesanan penggunaan bahasa dalam akhbar Melayu: Tindak balas strategik terhadap literasi kesihatan dalam kalangan pembaca tempatan. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*, 6(1), 95-109.
- Mohd Nor Shahizan Ali. (2022). *Who is the storyteller? Auteur theories visual narrative among digital audience in new normal regarding palm oil industry* (Conference paper). Ppaper presented at the 8th International Symposium of Journal Antropologi Indonesia, Universitas Sam Ratulangi, August 2, 2022 – August 5, 2022.
- Mohamad Saifudin Mohamad Saleh, Shaidatul Akma Adi Kasuma, Mark Harris Zuknik, & Nik Norma Nik Hasan. (2021). Islamic values in environmental communication within the Malaysian media: A case study of Utusan Malaysia and Berita Harian. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(3), 54-73.
- Mohd Yuszaidy Mohd Yusoff, & Muammar GhadDaffi Hanafiah. (2015). Impak media baharu terhadap sistem nilai masyarakat melayu di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(2), 33-46.
- Möhring, N., Wuepper, D., Musa, T., & Finger, R. (2020). Why farmers deviate from recommended pesticide timing: The role of uncertainty and information. *Pest Management Science*, 76(8), 2787-2798.

- Morissan. (2019). The influence of regulator on television content in post-authoritarian Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 229-243.
- Muhammad Ridhwan Sarifin, Mohd Fauzi Sukimi, & Mohd Nor Shahizan Ali. (2021). Penggunaan media dalam pengekaln identiti etnik generasi kedua Bawean di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(1), 348-363.
- Muhammad Adnan Pitchan, & Sharifah Nur Azita Syed Anuwa. (2021). Kesan pelaksanaan Pusat Internet Desa ke atas penduduk luar bandar di Beranang dan Tanjung Sepat. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(4), 70-87.
- Murdaningsih, D. (2019, Oktober 13). Pemerintah ajak petani garap hilirisasi kakao. *Republika.co.id*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/pzav36368/pemerintah-ajak-petani-garap-hilirisasi-kakao>
- Mus Chairil Samani. (1992). Sumber berita: Analisis isi kandungan empat akhbar harian nasional Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 8, 49-63.
- Norhafezah Yusof, Romlah Ramli, & Napat Ruangnapakul. (2021). Balancing bureaucracy and communal values in diffusing the innovation process: Strategic communication challenges from the Malaysian Perspectives. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(4), 326-342.
- Novel Lyndon, Lim Jie Wei, Rosniza Aznie Che Rose, Mohd Nor Shahizan Ali, & Suhana Saad. (2018). The role of Guanxi in marketing the agricultural produce of the rural Chinese communities farmers. *International Information Institute (Tokyo). Information*, 21(6), 1751-1761.
- Nurul Afifah Adila Mohd Salleh, Maslida Yusof & Ammar Redza Ahmad Rizal. (2022). Peranan ketua dalam komunikasi kumpulan kecil: Analisis strategi lakukan bahasa direktif. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(2), 164-181.
- Ogessa, C. M., & Sife, A. S. (2017). Newspaper coverage of agricultural information in Tanzania. *University of Dar es Salaam Library Journal*, 12(1), 12-26.
- Pan Dongke, Shahrul Nazmi Sannusi, & Normah Mustaffa. (2022). Covering Covid-19 pandemic on short video platforms in China: A content analysis of Douyin accounts of people's Daily and China Daily. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(4), 163-18.
- Parmar, I. S., Soni, P., Kuwornu, J. K., & Salin, K. R. (2019). Evaluating farmers' access to agricultural information: Evidence from Semi-Arid Region of Rajasthan State, India. *Agriculture*, 9(3), 60.
- Petah Wazzan Iskandar. (2020, November 4). 4 fokus perkasa sektor perladangan dan komoditi. *Utusan Malaysia*. <https://www.utusan.com.my/berita/2020/11/4-fokus-perkasa-sektor-perladangan-dan-komoditi/>
- Phagta, W. (2017, Mei 7). Bingungnya petani kakao usai dapat sepeda dari Jokowi. *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/regional/read/2943999/bingungnya-petani-kakao-usai-dapat-sepeda-dari-jokowi>
- Popoola, O. O., Yusuf, S. F. G., & Monde, N. (2020). Information sources and constraints to climate change adaptation amongst smallholder farmers in amathole district municipality, Eastern Cape Province, South Africa. *Sustainability*, 12(14), 5846.
- Priyonggo, A., & Hamedi Mohd Adnan (2021). Digitising newspaper content in Indonesia: The challenge of enforcing the culture of immediacy. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(2), 257-271.

- Rafiqah Dahali. (2020, September 24). LKM rancang tubuh anak syarikat pasarkan produk koko. *Berita Harian*.
<https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2020/09/734771/lkm-rancang-tubuh-anak-syarikat-pasarkan-produk-koko>
- Ramdhani, G. (2020, September 18). Dirjen perkebunan tegaskan kakao tetap jadi perhatian di Program Grasida. *Liputan6com*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4360167/dirjen-perkebunan-tegaskan-kakao-tetap-jadi-perhatian-di-program-grasida>
- Rizkiansyah, M., Muslikhin, & Wiratma, M. (2020). Between clarity and novelty implementation in Indonesia online media according to the principle of journalist. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(3), 1-13.
- Rochyadi-Reetz, M., Budiono, O. D., & Wolling, J. (2020). Regularity of a crisis: Media framing of the 2015 transboundary haze issue in Indonesia, Singapore, and Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(2), 415-433.
- Rohana Amdan, Fadli Abdullah, & Md Azalanshah Md Syed. (2022). Pandemik Covid-19, norma baharu dan cabaran wartawan berita kesihatan di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(4), 43-61.
- Rust, N. A., Jarvis, R. M., Reed, M. S., & Cooper, J. (2021). Framing of sustainable agricultural practices by the farming press and its effect on adoption. *Agriculture and Human Values*, 38(3), 753-765.
- Rustam, R., & Bacha, M. S. (2021). Decoding the wordplay: Speech act analysis of headlines predicting the future. *Journal of Peace, Development and Communication*, 5(1), 303-314.
- Safiyah Ahmad Sabri, & Zaridah Abdullah. (2022). News reporting on religious issues: Malaysian media practitioners' perspective. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(3), 291-303.
- Santoso, D. H. (2021). New media and nationalism in Indonesia: An analysis of discursive nationalism in online news and social media after the 2019 Indonesian Presidential Election. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(2), 289-304.
- Saptoyo, R. D A. (2021, Februari 16). Bagaimana produksi kakao Indonesia? *Kompas.com*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/16/063000165/bagaimana-produksi-kakao-indonesia-?page=all>
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1979). A taxonomy of illocutionary acts. In Searle J. R. (Ed.), *Expression and meaning: Studies in the theory of speech acts* (pp. 1-29). Cambridge University Press.
- Shahrul Nazmi Sannusi, & Normah Mustaffa. (2015). Akhbar versi digital: Implikasi terhadap trend sirkulasi akhbar bercetak di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(2), 687-701.
- Shahrul Nazmi Sannusi, Fauziah Ibrahim, Azianura Hani Shaari, & Nasrudin Subhi. (2019). Penggunaan media sosial dalam kalangan remaja B40 di sekitar Lembah Klang. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 101-118.
- Sinar Harian. (2021, September 11). Koko sumbang RM1.64 bilion KDNK Malaysia.
<https://www.sinarharian.com.my/article/160877/bisnes/koko-sumbang-rm164-bilion-kepada-kdnk-tahun-lepas>

- Somiah, V., Hamzah, A., Ariffin, M. Y. M., & Aziz, A. A. (2010). Liputan berita tentang Indonesia di Malaysia: Analisis Kandungan Utusan Malaysia dan Berita Harian. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 12(2), 53-67.
- Suppiah, S. M., Ahmad, M. K., & Velloo, P. (2022). Tun Mahathir Mohamad's leadership communication as the essence of social change: What the Malaysian Hindus' opinion leaders say? *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(3), 37-53.
- The Star*. (2020, May 12). Lower export earnings from cocoa seen due to virus. <https://www.thestar.com.my/business/business-news/2020/05/12/lower-export-earnings-from-cocoa-seen-due-to-virus>
- The Star*. (2017, September 13). Cocoa board targets higher export value this year. <https://www.thestar.com.my/business/business-news/2017/09/13/cocoa-board-targets-higher-export-value-this-year>
- The Star*. (2018, August 27). Indonesia keeps palm oil, cocoa beans export tax unchanged for Sept. <https://www.thestar.com.my/business/business-news/2018/08/28/indonesia-keeps-cpo-cocoa-beans-export-tax-unchanged-for-september/>
- Qomariyah, A. N. (2019). Pragmatic study of Jakarta Post and Jakarta Globe News headlines after Indonesian General Election 2019. *International Journal of Humanities, Arts and Social Sciences*, 5(4), 128-137.
- Wee Jeck Seng. (2021, April 26). Malaysia perlu manfaat potensi besar industri koko global. *Berita Harian*. <https://www.bharian.com.my/rencana/lain-lain/2021/04/810763/malaysia-perlu-manfaat-potensi-besar-industri-koko-global>
- Wesam Almahallawi, & Norhayati Rafida Abdul Rahim (2022). Framing of Covid-19 pandemic news in Malaysian local newspapers. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(3), 244-257.
- Wiana, D., & Khairani, A. I. (2020). An analysis of speech acts on headlines Medan newspaper. *Proceedings of the 3rd International Conference on Language, Literature, and Education (ICLLE 2020)*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research (Volume 485). Atlantic Press.
- Widodo, S. (2016). *Tindak tutur direktif dan ekspresif surat kabar harian Kompas kolom surat pada redaksi edisi Februari-Maret 2016 dan implementasinya pada pembelajaran Bahasa* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia). UMS Library.
- Wood, A. D. S., & Ali, M. N. S. (2022). Media health literacy on preventive health behavior among Indonesian women. *International Journal of Media and Communication Research (IJMCR)*, 3(1), 44-52.
- Yaseen, M., Ahmad, M. M., Soni, P., Kuwornu, J. K. M., & Saqib, S. E. (2023). factors influencing farmers' utilisation of marketing information sources: Some empirical evidence from Pakistan. *Development in Practice*, 33(1), 3-15.
- Yolanda, F. (2019, Mac 3). Ekspor kakao diyakini naik tahun ini. *Republika.co.id*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/pns881370/ekspor-kakao-diyakini-naik-tahun-ini>
- Zatul Iffah Zolkipli. (2020, Julai 10). Kerajaan sedia bantu B40 ceburi bidang coklat. *Harian Metro*. <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2020/07/598513/kerajaan-sedia-bantu-b40-ceburi-bidang-coklat>
- Zonasultra*. (2021, August 27). BI sebut produktivitas pertanian di Sultra masih rendah. <https://zonasultra.id/bi-sebut-produktivitas-pertanian-di-sultra-masih-rendah.html>

LAMPIRAN

LAMPIRAN A

A. PEMAPARAN TAJUK BERITA DALAM AKHBAR TEMPATAN MALAYSIA BERKAITAN ISU KOMODITI KOKO

No.	Tarikh	Akhbar dan Tajuk Berita dalam Akhbar Malaysia	Lakuan Tuteur
The Star (thestar.com.my)			
1	20 Sept 2021	Guan Chong finds its sweet spot in Ivory Coast	Asertif
2	13 Sept 2021	Cocoa contribution to GDP increases	Asertif
3	23 Ogos 2021	Guan Chong Q2 net profit falls 36% on weaker cocoa demand and lower margin	Asertif
4	24 Apr 2021	Chocolate academy to be set up in Tanjung Piai	Komisif
5	15 Apr 2021	Johor MAQIS seizes 26 tonnes of maggot-infested cocoa beans	Asertif
6	14 Dis 2020	Malaysia is Asia's second-largest cocoa producer	Asertif
7	6 Okt 2020	Sukuk to raise RM800 mil for cocoa grinder	Komisif
8	21 Jul 2020	Pact to aid poor cocoa farmers in peril	Komisif
9	30 Mac 2020	Exclusive: U.S. investigates child labour in Ivory Coast cocoa supply chains	Komisif
10	12 May 2020	Lower export earnings from cocoa seen due to virus	Asertif
11	14 Okt 2019	Chocolate makers face ultimatum overpay for poor cocoa farmers	Asertif
12	9 Sept 2019	Can cocoa regain its shine?	Asertif
13	28 Mei 2019	Asia's top chocolate producers, including Malaysia, can't meet growing demand	Asertif
14	27 Ogos 2018	Indonesia keeps palm oil, cocoa beans export tax unchanged for Sept	Komisif
15	12 Apr 2018	Chocolate forests - Can cocoa help save the Amazon?	Deklaratif
16	13 Sept 2017	Cocoa board targets higher export value this year	Deklaratif
17	13 Nov 2015	Cocoa industry gets RM37.8mil under 11MP	Asertif
Berita Harian (bharian.com.my)			
18	12 Sept 2021	Koko sumbang RM1.64 bilion KDNK Malaysia	Asertif
19	26 Jul 2021	Ekosistem R&D hasilkan produk koko berkualiti	Asertif
20	26 Apr 2021	Malaysia perlu manfaat potensi besar industri koko global	Deklaratif
21	24 Mac 2021	MAQIS tahan kontena koko berulat dari Uganda	Direktif
22	23 Apr 2021	Malaysia sasar jadi 'Raja Coklat Asia'	Deklaratif
23	24 Sept 2020	LKM rancang tubuh anak syarikat pasarkan produk koko	Komisif
24	20 Jan 2020	Sektor pertanian perlu hala tuju baharu	Deklaratif
25	1 Sept 2019	Industri koko Malaysia perlu pendekatan agresif	Direktif
26	19 Ogos 2019	Koko Pahang, Perak dan Selangor hasilkan coklat berkualiti	Asertif
27	18 Jul 2019	Koko tanaman komoditi berpotensi besar	Asertif
28	18 Apr 2019	Malaysia hub coklat Asia	Deklaratif
29	24 Sept 2018	Melaka bangun industri koko di Pulau Besar	Asertif
30	25 Mac 2018	Pekebun kecil digalak tanam koko, lada tingkat hasil pendapatan	Direktif
31	23 Nov 2017	Menjenamakan koko , lada ala Swiss	Deklaratif
32	7 Okt 2016	Nilai eksport koko negara RM2.7b hingga Jun tahun ini	Asertif
Harian Metro (hmetro.com.my)			
33	24 Mac 2021	Kontena bawa 24 tan koko ada serangga perosak	Asertif
34	21 Dis 2020	RM23.85 juta untuk tingkatkan sistem penyampaian kepada rakyat	Komisif
35	30 Okt 2020	Bantuan 'one-off' RM300 untuk pemain industri sektor pertanian	Komisif
36	17 Ogos 2020	Langkawi Jadi Hab Negara	Asertif
37	16 Ogos 2020	Langkawi diisytihar hab coklat negara	Asertif
38	10 Jul 2020	Kerajaan sedia bantu B40 ceburi bidang coklat	Komisif
39	3 Jan 2020	Coklat hitam pilihan terbaik	Asertif

40	7 Nov 2019	MAQJS rampas koko import	Deklaratif
41	28 Ogos 2019	Biji koko seludup dirampas	Deklaratif
42	1 Ogos 2017	Pengering mudah alih	Asertif
43	5 Julai 2017	Nikmati eksplorasi coklat negara berbeza	Asertif

Utusan Malaysia (utusan.com.my)

44	26 Jul 2021	Produk koko tempatan perlu berani teroka pasaran e-dagang	Direktif
45	2 April 2021	Kerjasama pihak industri bantu komersialkan produk baharu koko	Direktif
46	10 Mac 2021	10 produk koko dikomersialkan tahun lalu	Asertif
47	12 Mac 2021	Perkampungan koko di Lipis tahun ini	Komisif
48	4 Nov 2020	4 fokus perkasa sektor perladangan dan komoditi	Deklaratif
49	24 Sept 2020	Kit diagnostik koko bantu pembiakan baka bermutu tinggi	Asertif
50	15 Ogos 2020	Empat komoditi utama Kelantan diberi tumpuan	Komisif

N=50

LAMPIRAN B

B. PEMAPARAN TAJUK BERITA DALAM AKHBAR TEMPATAN INDONESIA BERKAITAN ISU KOMODITI KOKO

No.	Tarikh	Akhbar dan Tajuk Berita dalam Akhbar Malaysia	Lakuan Tutar
Liputan6.com			
1	6 Nov 2020	Indonesia Masuk Daftar 5 Negara Produksi Kakao Terbesar Sedunia, Asia Satu-Satunya	Asertif
2	7 Okt 2020	Produktivitas Turun , RI Tak Lagi Masuk 3 Besar Negara Produsen Kakao Terbesar di Dunia	Asertif
3	7 Okt 2020	Biji Kakao dan Kelapa dari Sulteng Laris Manis di Negeri Orang	Asertif
4	29 Sept 2020	6 Manfaat Bubuk Kakao untuk Kesehatan, Atasi Depresi hingga Tingkatkan Fungsi Otak	Asertif
5	22 Sept 2020	Tingkatkan Kualitas Kakao, Petani Beri Masker Pelindung Khusus	Komisif
6	18 Sept 2020	Dirjen Perkebunan Tegaskan Kakao Tetap Jadi Perhatian di Program Grasida	Komisif
7	9 Sept 2020	Hadapi Perubahan Iklim, Petani Kakao Bisa Terapkan 6 Strategi Ini	Deklaratif
8	9 Sept 2020	Dampak Perubahan Iklim, Kementan Minta Petani Kakao Waspada Serangan OPT	Deklaratif
9	26 Ogos 2020	Antisipasi Perubahan Iklim Terhadap Produktivitas Kakao	Deklaratif
10	15 April 2020	6 Manfaat Bubuk Kakao untuk Kesehatan Tubuh, Si Bahan Dasar Pembuat Cokelat	Asertif
11	2 Nov 2019	Tingkatkan Kualitas Kakao Mojokerto, OJK Ajak Petani Kelola Keuangan	Direktif
12	29 Okt 2019	Kehidupan Petani Kakao Semanis Produk Cokelat Berkat Cacao Life	Ekspresif
13	5 Sept 2019	Perbedaan Koko dan Kakao yang Sering Disalahartikan, Jangan Sampai Keliru	Direktif
14	27 Ogos 2019	Kakao dan Kopi Indonesia Jadi Primadona di Mesir	Asertif
15	9 Ogos 2019	Menggenjot Ekspor Kakao Indonesia di Uni Eropa	Deklaratif
16	27 Jun 2019	Tingkatkan Nilai Tambah , Petani Kakao Blitar Raup Omzet Rp 4,8 Miliar	Asertif
17	8 Jun 2019	Koperasi di Jembrana Bawa Kakao Petani Tembus Pasar Cokelat Dunia	Asertif
18	4 Jun 2019	RI Perluas Ekspor Kakao ke Pasar Eropa	Asertif
19	17 Feb 2019	Keseruan Menteri Rini dan Bos BUMN Lari di Sepanjang Kebun Kakao Terbaik di Dunia	Ekspresif
20	16 Jan 2019	Alasan RI Masih Ketergantungan Impor Kakao	Asertif
21	27 Dis 2018	Alokasi Peremajaan Komoditas Kelapa dan Kakao Menurun di 2019	Asertif
22	29 Ogos 2018	Salim Ivomas Bakal Bangun Pabrik Pengolahan Kakao di Purwakarta	Komisif
23	11 Ogos 2018	Warga Gunungkidul Diajari Bikin Sabun Mandi dari Buah Kakao, Ini Caranya	Asertif
24	11 Jun 2018	Cerita Para Pensiunan di Tanah Sumba yang Jatuh Cinta pada Kakao	Ekspresif
25	7 Ogos 2017	Petani Kakao di Mamuju Hadapi Banyak Masalah	Asertif
26	7 Mei 2017	Bingungnya Petani Kakao Usai Dapat Sepeda dari Jokowi	Ekspresif

Kompas.com			
27	16 Feb 2021	Bagaimana Produksi Kakao Indonesia?	Asertif
28	9 Okt 2020	Bagaimana Perjalanan Cokelat dari Kebun hingga Jadi Makanan?	Asertif
29	14 Feb 2020	Perjalanan Panjang Cokelat dari Biji hingga Layak Dimakan	Asertif
30	13 Feb 2020	Perjalanan Panjang Cokelat di Dunia , dari Minuman Suku Aztek sampai Jadi Camilan	Asertif
31	12 Feb 2020	Apa Bedanya Cokelat Compound dan Couverture? Pencinta Cokelat Harus Tahu	Deklaratif
32	13 Feb 2020	Cokelat Bisa Diolah Jadi Hidangan Gurih, Ini Tipsnya	Asertif
33	12 Feb 2020	Cara Melelehkan Cokelat di Rumah agar Mengilap dan Lebih Enak	Asertif
34	12 Feb 2020	8 Merek Cokelat Khas Daerah Indonesia , Cocok untuk Jadi Oleh-oleh	Asertif
35	28 April 2017	Mengintip " Pabrik " Cokelat Milik Warga Desa di Gunungkidul Yogyakarta	Asertif
Republika.co.id			
36	3 Sept 2021	Kakao Asal Bali Tembus Pasar Jepang	Asertif
37	27 Ogos 2021	Bea Cukai Ngurah Rai Fasilitas Ekspor 1 Ton Kakao Bali	Asertif
38	23 Jun 2021	Pemerintah Sulbar Dorong Ekspor Kakao untuk Bangun Ekonomi	Direktif
39	10 Jun 2021	Kakao di Agam Tarik Minat Pemerhati dari Sulawesi dan Jepang	Ekspresif
40	25 Apr 2021	Jember Kembangkan Klaster Agribisnis Berbasis Kopi dan Kakao	Asertif
41	19 April 2021	Studi Temukan Manfaat Kakao Terhadap Berat Badan	Asertif
42	12 April 2021	Petani Kakao Didorong Manfaatkan KUR Pertanian	Direktif
43	10 April 2021	Petani di Gunung Kidul Ingin Kembangkan Hasil Tanaman Kakao	Ekspresif
44	10 Mac 2021	Manfaat Menambahkan Bubuk Kakao ke dalam Kopi	Asertif
45	12 Feb 2021	Baznas Bentuk Kelompok Petani Lokal Kakao	Direktif
46	8 Okt 2020	Ekspor Produk Kakao Olahan Naik 5,13 Persen Saat Pandemi	Asertif
47	30 Ogos 2020	Ini Perbedaan Kakao dan Kokoa yang Sering Dianggap Sama	Deklaratif
48	29 April 2020	Teknologi Balitbangtan Bawa Petani Kakao Terus Panen	Komisif
49	9 Jan 2020	Papua Barat Kembali Ekspor Biji Kakao ke Eropa	Asertif
50	18 Okt 2019	Kementan Kenalkan Teknologi Pengolahan Kakao di HPS 2019	Asertif
51	17 Okt 2019	Kementan Catat Kinerja Ekspansi Kakao Olahan Jabar Naik	Asertif
52	13 Okt 2019	Pemerintah Ajak Petani Garap Hilirisasi Kakao	Deklaratif
53	6 Okt 2019	Ditjen Perkebunan Terus Lakukan Upaya Atasi Masalah Kakao	Deklaratif
54	18 Sept 2019	Industri Kakao Sumbang Devisa 1,13 Miliar Dolar AS	Asertif
55	18 Sept 2019	Ekspor Kakao Indonesia ke Eropa Terganjil Tarif Masuk	Asertif
56	17 Sept 2019	Tren Produksi Kakao dan Kopi Indonesia Terus Lesu	Ekspresif
57	8 Jun 2019	Indonesia Berkomitmen Tingkatkan Ekspor Kakao ke Uni Eropa	Komisif
58	7 Jun 2019	Indonesia Perluas Pasar Kakao di Uni Eropa	Komisif
59	12 Mac 2019	Membangkitkan Kembali Kejayaan Kakao di Luwu	Ekspresif
60	11 Mac 2019	Mentan Ingin Rempah dan Kakao Kembali Berjaya	Direktif
61	3 Mac 2019	Ekspor Kakao Diyakini Naik Tahun Ini	Komisif
62	17 Jan 2019	UGM Berikan Pendampingan kepada Petani Kakao Madiun	Komisif
63	12 Feb 2019	Menperin Optimistis Produk Kakao Kompetitif di Pasar Ekspor	Komisif
64	3 April 2017	Teknologi Pengendalian Hama Terpadu Penggerak Buah Kakao	Komisif
65	25 April 2017	Varietas Unggul Baru Kakao BL50 Hasilkan Kualitas Premium	Komisif
67	27 Dis 2018	Mentan Canangkan Revitalisasi Kakao di Kolaka Utara	Deklaratif
68	18 Sept 2018	Geliat Ekspor Kakao di Akhir Tahun	Direktif
69	22 Feb 2018	Pasaman, Penghasil Kakao Terbesar di Sumbar	Asertif
70	4 Feb 2018	Petani Inginkan Gerakan Nasional Kakao Berlanjut	Direktif
71	4 Feb 2018	Petani Minta Adanya Badan Pengelola Dana Kakao	Direktif
72	1 Ogos 2017	Tiga Harapan Petani Kakao Sulawesi Barat	Direktif
73	9 Ogos 2016	Pabrik Pengolahan Kakao Dibangun di Sulawesi Barat	Asertif
74	18 Jan 2016	Sinergi Menuju Produsen Kakao Nomor Satu Dunia	Asertif
75	30 Jul 2015	Revisi Bea Keluar Biji Kakao akan Ditinjau	Komisif

N=75