

Bidang Unggulan : PETERNAKAN

Kode/ Rumpun Ilmu : 212 /Sosial Ekonomi Peternakan

**LAPORAN KEMAJUAN
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



**PERANAN JARINGAN KOMUNIKASI MEDIA MASSA
DALAM PEMBANGUNAN PETERNAKAN DI SUMATERA BARAT**

Tahun ke I dari rencana II tahun

TIM PENGUSUL

Ir. Basril Basyar, MM / NIDN 0007045909 (Ketua)

Ir. Boyon, MP / NIDN 0005016203 (Anggota)

Ediset, S.Pt, M.Si/NIDN 1012098001 (Anggota)

Dibiayai dengan DANA KEMENRISTEK DIKTI Tahun Anggaran 2017,
sesuai dengan Surat Kontrak Penelitian

Nomor : 12/UN.16.17/PP.UPT/LPPM/2017 Tanggal 7 April 2017

UNIVERSITAS ANDALAS

AGUSTUS 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Peranan Jaringan Komunikasi Media Masa dalam
Pembangunan Peternakan di Sumatera Barat

Peneliti/Pelaksana
Nama Lengkap : Ir BASRIL BASYAR, M.M.
Perguruan Tinggi : Universitas Andalas
NIDN : 0007045909
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
Program Studi : Peternakan
Nomor HP : 0811663459
Alamat surel (e-mail) : basrilbasyar@yahoo.co.id

Anggota (1)
Nama Lengkap : Ir BOYON M.P
NIDN : 0005016203
Perguruan Tinggi : Universitas Andalas

Anggota (2)
Nama Lengkap : EDISET M.Si
NIDN : 1012098001
Perguruan Tinggi : Universitas Andalas

Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra : -
Alamat : -
Penanggung Jawab : -
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 110,000,000
Biaya Keseluruhan : Rp 243,452,000

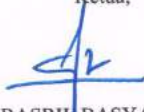
Mengetahui,
Dekan



(Prof. Dr. Ir. Mirzah, MS)
NIP/NIK 19580515198603104



Kota Padang, 28 - 8 - 2017
Ketua,



(Ir BASRIL BASYAR, M.M.)
NIP/NIK 195904071987030100

RINGKASAN

Kondisi eksisting usaha peternakan di Sumatera Barat cenderung mengalami penurunan dari tahun 2009-2014, baik dari jumlah populasi ternak maupun dilihat dari Rumah Tangga Peternak (RTP). Penurunan populasi ternak dan RTP harus dapat diantisipasi agar swasembada daging yang menjadi target pemerintah dapat diwujudkan. Upaya untuk tercapainya program swasembada daging tersebut adalah dengan memanfaatkan peranan media masa dalam menyalurkan dan menyampaikan informasi/inovasi pada peternak, baik itu media cetak (surat kabar, majalah, tabloid dan jurnal ilmiah), media elektronik (Televisi, Radio, pita rekaman) maupun media *Online* seperti internet diharapkan dapat menambah dan meningkatkan jumlah dan kualitas informasi yang berkaitan dengan usaha peternakan, sehingga pengetahuan peternak dalam menjalankan usaha peternakan juga akan meningkat.

Tujuan jangka panjang dari penelitian ini merujuk dari Renstra penelitian Universitas Andalas adalah lahirnya kebijakan sistim penyuluhan komunikasi peternakan, dimana topiknya dititik beratkan pada kajian jaringan komunikasi peternakan. Tujuan jangka pendeknya adalah melihat peranan media masa terhadap pembangunan peternakan di Sumatera Barat, yaitu dengan melihat karakteristik peternak kaitannya dengan memanfaatkan media masa, kontribusi dari masing-masing jenis media masa dalam menyampaikan informasi, peranan media masa dalam meningkatkan pengetahuan peternak, serta melihat peranan media masa terhadap pembangunan peternakan dilihat dari indikator UU Pers nomor 40 tahun 1999.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian survey dan pendekatan analisa data sekunder, dimana yang dijadikan populasi penelitian adalah Rumah Tangga Peternak (RTP), dengan teknik *Quota* (dasar mengquota adalah sistem pemeliharaan) ditetapkan jumlah sampel menjadi 270 RTP, artinya untuk sembilan jenis usaha peternakan yang dominan di Sumatera Barat ditetapkan sampel sebanyak 30 RTP perjenis usaha dan pada satu jenis usaha diklasifikasi atas dasar sistem pemeliharaan (ekstensif, semi intensif dan intensif). Analisa data dilakukan, dimana sebelumnya pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian dirumuskan dalam skala linkert, di buat persentase kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Penelitian ini direncanakan selama 2 tahun, dimana pada tahun I sudah tergambar bahwa Status sosial ekonomi peternak seperti skala usaha, pendapatan, resiko, umur, status keanggotaan di kelompok dan keaktifan tidak mempengaruhi peternak dalam menerima informasi dan menerapkan inovasi. Peternak di Sumatera Barat masih kurang menerapkan inovasi pada usaha peternakan yang dilakukan, dilihat dari aspek teknis pemeliharaan, sedangkan media masa kurang berperan dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan inovasi pada usaha peternakan.

Rencana tahapan berikutnya adalah menulis hasil dan pembahasan, membuat laporan akhir serta menyiapkan artikel untuk di publikasi baik secara nasional maupun internasional.

Key word : Komunikasi Penyuluhan, Media Massa, Peranan dan Peternakan

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan laporan kemajuan penelitian ini dapat diselesaikan dengan judul ” Peranan Jaringan Komunikasi Media Massa Dalam Pembangunan Peternakan Di Sumatera Barat ”, penelitian ini merupakan bagian perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang akan menambah dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan peneliti.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada berbagai pihak, baik perorangan maupun lembaga yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan dalam pelaksanaan dan penulisan laporan penelitian ini , diantaranya :

1. Bapak Dekan Fakultas Peternakan, Ketua Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan, Ketua Program Studi Peternakan, Bapak/Ibu Dosen sebagai kolega dan semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan karya ilmiah ini.
2. Terima kasih juga kami sampai kepada pihak LPPM Universitas Andalas yang telah memfasilitasi dan mempercayakan kepada kami untuk melaksanakan penelitian ini.
3. Semua pihak, terutama rekan-rekan satu tim penelitian yang telah bekerja keras dan meluangkan waktunya dalam mengerjakan penelitian ini. Semoga amal ibadah kita diterima oleh Allah SWT. Amin.

Semoga hasil penelitian ini dapat menambah referensi ilmiah dan bermanfaat bagi kita semua di masa yang akan datang.

Padang, Juni 2017

Tim Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
RINGKASAN.....	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Luaran Penelitian.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Pembangunan.....	5
2.2 Media Masa / Pers.....	5
2.3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang PERS.....	10
2.4 Pembangunan Peternakan.....	10
2.5 Panca Usaha Ternak.....	11
2.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	13
2.7 Peta Jalan (<i>road map</i>) penelitian.....	14
BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	
3.1 Tujuan Penelitian.....	14
3.2 Manfaat Penelitian.....	15
BAB 4. METODE PENELITIAN	
4.1 Lokasi Penelitian.....	15
4.2 Pendekatan Penelitian.....	15
4.3 Populasi dan Sampel.....	16
4.4 Pengumpulan Data.....	17
4.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	17
4.6 Aliran Tahapan Penelitian.....	18
BAB 5. HASIL YANG DICAPAI.....	20
BAB 6. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....	21
BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN.....	22
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Jumlah Sampel.....	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Terkait dengan Pemanfaatan Media Masa sebagai Sumber Informasi.....	25
Lampiran 2. Data Penerapan Inovasi pada Masing Masing Jenis Usaha Peternakan.....	28
Lampiran 3. Hasil Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Media Masa Sebagai Sumber Informasi.....	31
Lampiran 4. Hasil Penerapan Inovasi Pada Usaha Peternakan Di Sumatera Barat.....	31
Lampiran 5. Dokumentasi Pengambilan Data.....	32

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan sub sektor peternakan merupakan bagian dari pembangunan pertanian yang menjadi suatu syarat mutlak (*Sine Quo Non*) dalam mendukung tercapainya program swasembada daging. Kondisi eksisting pemenuhan kebutuhan protein hewani adalah, dimana ekspor daging hanya baru sebatas rencana yang dibungkus dalam suatu kebijakan dan belum berjalan sesuai dengan harapan, karena faktanya adalah bahwa pemenuhan kebutuhan protein hewani yang berasal dari daging sampai saat ini belum bisa melepaskan ketergantungan dari daging impor.

Ketergantungan yang tinggi terhadap daging impor membuktikan bahwa permintaan masyarakat akan protein hewani yang berasal dari produk peternakan tidak mampu diimbangi oleh ketersediaan dari produk peternakan domestik, artinya, *Supply* dan *Demand* belum mencapai titik yang *equalbirium*. Kondisi ini menuntut semua daerah di seluruh nusantara harus mendukung tercapainya program swasembada daging sehingga pemenuhan kebutuhan akan daging dapat dipenuhi oleh produk peternakan lokal.

Daerah yang diharapkan bisa mendukung swasembada daging tersebut diantaranya adalah Provinsi Sumatera Barat, Provinsi Sumatera Barat sudah menerapkan berbagai program untuk tercapainya swasembada daging tersebut, diantaranya adalah program Sarjana Membangun Desa (SMD) tahun 2007-tahun 2014, kemudian Sarjana Membangun Desa Wirausaha Pendamping (SMD-WP) pada tahun 2015. Program Kredit Usaha Peternak Sapi (KUPS), Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) serta program penyuluhan.

Program-program tersebut realitanya belum membuahkan hasil yang optimal, hal ini tergambar dari data base Provinsi Sumatera Barat tahun 2009-2014, dimana jumlah populasi ternak penyuplai daging seperti sapi potong, kerbau, kambing, domba, ayam ras pedaging, ayam buras dan itik dalam rentang waktu empat tahun tidak mengalami penambahan populasi yang *significant*, dimana untuk ternak kambing hanya mengalami penambahan 0,86%, ternak domba 9,98%, ayam ras pedaging 25,24% dan ternak itik 5,96%, sedangkan untuk ternak ayam buras, ternak sapi potong dan ternak kerbau mengalami penurunan.

Kondisi populasi ternak yang cenderung turun menurun tersebut juga sejalan dengan semakin berkurangnya jumlah Rumah Tangga Peternak (RTP), dimana dari RTP yang memelihara ternak untuk suplai daging seperti hal di atas, hanya RTP usaha peternakan kambing yang mengalami penambahan sebesar 10,63 % sedangkan untuk RTP sapi potong, kerbau, domba, ayam ras pedaging, ayam buras dan ternak itik mengalami penurunan dalam kurun rentang waktu tahun 2009 sampai dengan tahun 2014.

Populasi ternak dan Rumah Tangga Peternak (RTP) yang mengalami penurunan tersebut perlu di antisipasi dengan perbaikan sistem dan komunikasi dalam penyuluhan (Renstra Penelitian Universitas Andalas), diantaranya adalah dengan optimalisasi peranan media massa sebagai jaringan komunikasi dalam menyuplai informasi serta inovasi bagi peternak yang membutuhkan.

Menurut Cangara (2002) Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV dan media online. Peranan media massa dalam pembangunan nasional adalah sebagai agen pembaharu (agent of social change) atau membantu memperkenalkan perubahan sosial. Dalam hal ini media massa dapat dimanfaatkan untuk mendorong dalam proses pengambilan keputusan, memperkenalkan usaha modernisasi dan membantu mempercepat proses peralihan masyarakat yang tradisional menjadi masyarakat yang modern serta menyampaikan pada masyarakat program-program pembangunan nasional.

Peranan Pers dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan usaha peternakan tidak terlepas dari tugas pokok dan fungsi dari lembaga pers itu sendiri, Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang PERS, Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

1.2 Perumusan Masalah

Swasembada daging belum tercapai meskipun pemerintah sudah menerapkan berbagai program, seperti program Sarjana Membangun Desa (SMD), program Kredit Usaha Peternak Sapi (KUPS), Kredit Usaha Rakyat (KUR) maupun program rutinitas pemerintah seperti program penyuluhan. Fenomena yang paling umum dari ketidakberhasilan program-program tersebut adalah dimana sampai sekarang kita masih mengandalkan produk impor dalam pemenuhan kebutuhan akan protein hewani, kondisi ini juga didukung oleh semakin berkurang respon masyarakat terhadap usaha peternakan, hal ini dapat dilihat dari jumlah populasi ternak yang dipelihara dan jumlah Rumah Tangga Peternak (RTP) yang masih berjalan ditempat dan cenderung mengalami penurunan dalam rentang waktu tahun 2009 sampai dengan tahun 2014.

Langkah lain mesti dilakukan untuk mengantisipasi penurunan populasi ternak dan RTP sesuai dengan Renstra penelitian Universitas Andalas adalah dengan memperbaiki sistim dan komunikasi penyuluhan, yaitu melalui peranan media massa sebagai sala satu saluran komunikasi dalam kegiatan penyuluhan. Berperannya media massa baik itu media cetak maupun media elektronik dalam memberikan informasi dan menambah pengetahuan peternak, terutama informasi yang berkaitan dengan inovasi pada panca usaha seperti inovasi bibit, pakan, sistem pemeliharaan, kesehatan ternak maupun pemasaran ternak, sehingga peternak mampu memulai dan mengembangkan usaha peternakan ke usaha yang berorientasi ekonomi dan pada gilirannya pembangunan peternakan tersebut akan terealisasi.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah penelitian seperti yang dirinci di bawah ini:

1. Bagaimana kondisi sosial ekonomi peternak terkait dengan pemanfaatan media masa sebagai sumber informasi untuk pembangunan peternakan di Sumatera Barat.
2. Bagaimana penerapan inovasi pada aspek teknis usaha peternakan di Sumatera Barat
3. Bagaimana kontribusi masing-masing media masa dalam menyampaikan informasi dan inovasi pada usaha peternak di Sumatera Barat.
4. Pada usaha peternakan jenis apa media masa banyak berperan dalam meningkatkan pengetahuan peternak di Sumatera Barat

5. Bagaimana peranan media masa dalam pembangunan peternakan di Sumatera Barat.
6. Apa kendala yang dihadapi oleh peternak dalam memanfaatkan media masa sebagai sumber informasi untuk pembangunan usaha peternakan di Sumatera Barat.

1.3 Luaran Penelitian

Tabel 1. Rencana Target Capaian Tahunan

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian		
		TS ¹⁾	TS+1	
1	Publikasi Ilmiah ²⁾	Internasional	Draf	<i>Submitted</i>
		Nasional Terakreditasi		
2	Pemakalah dalam temu ilmiah ³⁾	Internasional		
		Nasional	Sudah ada	Sudah ada
3	<i>Invite spekaer</i> dalam temu ilmiah ⁴⁾	Internasional		
		Nasional		
4	<i>Visiting lecturer</i> ⁵⁾	Internasional		
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI) ⁶⁾	Paten		
		Paten sederhana		
		Hak cipta		
		Merek dagang		
		Rahasia dagang		
		Desain produk industri		
		Indikasi geografis		
		Perlindungan varietas tanaman		
6	Teknologi tepat guna ⁷⁾	Perlindungan tofografi sirkuit terpadu		
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya seni/Rekayasa sosial ⁸⁾			Penerapan
8	Buku ajar (ISBN) ⁹⁾	draf		Terbit
9	Tingkat kesiapan teknologi (TKT) ¹⁰⁾			Skala 5

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan adalah proses yang mengajak masyarakat untuk berani dan mau meninggalkan sesuatu yang lama (yang telah diketahui kebaikan dan keburukannya) untuk menggantikannya dengan yang baru (yang belum secara pasti diketahui kebaikan dan keburukannya (Susanto 1977 dalam Mardikanto 2010). Menurut Mardikanto (2010), Komunikasi Pembangunan adalah proses interaksi seluruh pemangku kepentingan pembangunan untuk tumbuhnya kesadaran, kemauan dan kemampuan menggerakkan dan mengembangkan partisipasi mereka dalam perubahan terencana demi perbaikan mutu hidup segenap warga masyarakat secara berkesinambungan, melalui optimalisasi sumber daya yang dapat dimanfaatkan dengan menggunakan teknologi atau menerapkan inovasi yang sudah terpilih.

Berkaitan dengan proses penerapan inovasi tersebut *National Center for the Dissemination of Disability Research (NCDDR)*, 1996, menyebutkan ada 4 (empat) dimensi pemanfaatan pengetahuan (*knowledge utilization*), yaitu

1. *Dimensi Sumber (SOURCE) diseminasi*, yaitu insitusi, organisasi, atau individu yang bertanggung jawab dalam menciptakan pengetahuan dan produk baru.
2. *Dimensi Isi (CONTENT) yang didiseminasikan*, yaitu pengetahuan dan produk baru dimaksud yang juga termasuk bahan dan informasi pendukung lainnya.
3. *Dimensi Media (MEDIUM) Diseminasi*, yaitu cara-cara bagaimana pengetahuan atau produk tersebut dikemas dan disalurkan.
4. *Dimensi Pengguna (USER)*, yaitu pengguna dari pengetahuan dan produk dimaksud.

2.2 Media Massa / Pers

Media massa sebenarnya adalah kependekan dari istilah media komunikasi massa yang secara sederhana dapat diberikan pengertian sebagai alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan serentak kepada khalayak banyak yang berbeda-beda dan tersebar di berbagai tempat. Sebagai alat penyampaian pesan dalam proses komunikasi, media massa juga disebut sebagai saluran pesan (channel) (Sucipto *et al.*, 1998).

Menurut Dominick (1996) saat kita membicarakan tentang komunikasi massa, kita membutuhkan saluran untuk membawa pesan. Media massa menggunakan saluran tersebut untuk membawa pesan. Menurutnya definisi mengenai media massa tidak hanya meliputi alat-alat mekanis yang digunakan untuk menyampaikan atau menyimpan pesan (TV, radio, mesin cetak, dan lain-lain), tetapi juga meliputi institusi yang menggunakan alat-alat tersebut untuk menyampaikan pesan.

Menurut Cangara (2002) Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Adapun karakteristik media massa ialah:

- 1) Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- 2) Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- 3) Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- 4) Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya.
- 5) Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa(Cangara,1998).

Macam-macam Media Massa

Media Cetak

Pers (media cetak) berasal dari bahasa Belanda, pers yang artinya menekan atau mengepres. Kata *pers* merupakan padanan dari kata *press* dalam bahasa Inggris yang juga berarti menekan atau mengepres. Jadi secara harfiah kata *pers* atau *press* mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantara barang cetakan, dimana dalam perkembangannya media cetak muncul lebih awal dibanding dengan media lain. Tetapi, sekarang kata *pers* atau *press* ini digunakan untuk r

pada semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita, baik oleh wartawan media elektronik maupun media cetak. Dalam hal ini ada dua pengertian mengenai pers, yaitu pers dalam arti sempit dan pers dalam arti luas. Pers dalam arti sempit yaitu menyangkut kegiatan komunikasi yang hanya dilakukan oleh perantara barang cetakan. Sedangkan pers dalam arti luas adalah yang menyangkut kegiatan komunikasi baik yang dilakukan dengan media cetak maupun media elektronik seperti radio, televisi maupun internet (Kusumaningrat, 2005).

1. Majalah

Wilson (1992) menyatakan bahwa majalah biasanya diterbitkan mingguan, dua mingguan atau bulanan. Majalah biasanya bersifat lebih spesifik, karena isinya hanya menyangkut satu atau beberapa bidang kehidupan saja. Seperti halnya Wilson, Dominick(1996) menyatakan bahwa majalah terbit secara berkala, dan berisi berbagai artikel serta disertai dengan gambar dan ilustrasi, namun majalah terbit paling cepat satu kali dalam seminggu, sehingga para pekerja dapat menggali lebih dalam mengenai informasi yang akan disajikan sehingga majalah memiliki keunggulan dibandingkan dengan media cetak lain yaitu sifatnya yang sangat spesifik.

2. Surat Kabar dan Tabloid

Rodman (2006) mengatakan bahwa secara umum surat kabar terdiri dari harian, mingguan, dan surat kabar khusus (tabloid). Tabloid awalnya hanya bertujuan untuk meningkatkan sirkulasi tabloid itu sendiri sehingga unggul dari tabloid lain. Berbagai cara dilakukan untuk memenuhi tujuan tersebut mulai dari memuat beritaberita sensasional yang bernilai jual tinggi hingga penggunaan foto, gambar, dan warna-warna yang dapat menarik minat pembaca. Tabloid memiliki ciri khas yang unik yaitu adanya foto utama yang biasanya memenuhi keseluruhan halaman muka. Ciri khas lainnya adalah ukurannya yang lebih kecil dibandingkan dengan surat kabar biasa.

Media Elektronik

Menurut Khairil (1994) media massa elektronik adalah media yang menggunakan sinyal elektromagnetik dengan bentuk audio, visual maupun audio

visual dengan bentuk berita berupa siaran. Kelebihan media massa elektronik, diungkapkan Khairil (1994) sebagai berikut :

1. Jangkauan halayaknya luas.
2. Pesan yang disampaikan lebih akurat, karena dapat disiarkan secara langsung.
3. Bentuk pesan audio maupun audio visual lebih menarik dan lebih hidup dibanding pesan tercetak.
4. Beritanya lebih mudah dicerna oleh pemirsa yang buta huruf, karena tidak menuntut keahlian untuk membaca.

Media elektronik dibagi menjadi 2 macam:

1. Media Audio Visual (Televisi)

Televisi mempunyai daya tarik yang luar biasa, sehingga emosi dari perilaku khalayak dapat dengan mudah dimainkan atau diciptakan dalam seketika. Media televisi menjadi panutan baru (*news religi*) bagi kehidupan manusia. Tidak menonton televisi sama saja dengan makhluk buta yang hidup dalam tempurung (Kuswandi, 1996).

2. Media Audio (radio)

Pertama kali radio siaran ditemukan di Amerika Serikat oleh Dr. Lee De Forest dan Dr. Frant Conrad (Effendi, 1993). Media radio mempunyai kelebihan yaitu dalam menyampaikan pesan, jangkauannya tidak terhingga dan mampu menembus daerah teritorial lintas negara, selain itu mampu menembus ke pelosok daerah yang tidak dapat dijangkau oleh media massa.

Media Online

Media *online* adalah media yang terbit di dunia maya, istilah dunia maya pertama kali dikenalkan oleh William Gibson (1984/1994) dalam novelnya yang mengartikan dunia maya yaitu realita yang terhubung secara global, didukung komputer, berakses komputer, multidimensi, artificial, atau virtual (Severin dan James W. Tankard, 2005).

Peran Media Massa

Menurut Soekanto (1992) menyatakan, pihak-pihak yang menghendaki perubahan dinamakan agent of change, yaitu seseorang atau sekelompok orang yang mendapat kepercayaan sebagai pemimpin satu atau lebih lembaga-lembaga kemasyarakatan.

Media massa adalah institusi atau lembaga yang berperan sebagai agen of change yaitu sebagai lembaga pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan sebagai:

1. Institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya dan menjadi masyarakat yang maju.
2. Media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Informasi yang banyak dimiliki oleh masyarakat menjadikan masyarakat sebagai masyarakat dunia yang dapat berpartisipasi dengan berbagai kemampuannya.
3. Media hiburan. Sebagai pelopor perubahan media juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Agar perkembangan budaya bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah sehingga media berperan untuk mencegah berkembangnya budayabudaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya (Bungin, 2009).

Media massa menurut Schramm (1964), media massa secara sendirian ataupun bersama lembaga lain dapat melakukan fungsi-fungsi sebagai berikut:

1. Sebagai pemberi informasi. Tanpa media massa sangatlah sulit untuk menyampaikan informasi secara cepat dan tepat waktu.
2. Pembuatan keputusan. Dalam hal ini media massa berperan sebagai penunjang karena fungsi ini menuntut adanya kelompok-kelompok diskusi yang akan membuat keputusan, dan media massa menyampaikan bahan untuk didiskusikan serta memperjelas masalah yang sedang diperbincangkan.
3. Sebagai pendidik. Sebagian besar dilaksanakan sendiri oleh media massa, sedangkan bagian yang lainnya dikombinasikan dengan komunikasi antar pribadi.

2.3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang PERS

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang PERS, Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Pers nasional melaksanakan peranannya sebagai berikut :

- a. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui
- b. Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan
- c. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar
- d. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum
- e. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran

2.4 Pembangunan Peternakan

Pembangunan adalah suatu usaha atau proses perubahan , demi tercapainya tingkat kesejahteraan atau mutu hidup suatu masyarakat (dan individu-individu di dalamnya) yang berkehendak dan melaksanakan pembangunan itu (Riyadi dalam mardikanto, 2010). Mardikanto (2010) mendefenisikan pembangunan adalah upaya yang dilakukan secara sadar dan terencana, dilaksanakan terus menerus oleh pemerintah bersama-sama segenap warga masyarakatnya dengan menggunakan teknologi terpilih demi tercapainya mutu hidup dan kesejahteraan seluruh warga yang merencanakan dan melaksanakan pembangunan tersebut.

Visi pembangunan peternakan dalam suasana lingkungan strategis yang selalu berubah dengan cepat. Menurut Agustar (1999), adalah terwujud peternakan yang maju, efisien, tangguh, kompetitif, mandiri dan berkelanjutan sekaligus diharapkan mampu memberdayakan ekonomi masyarakat khusus petani peternak di pedesaan.

Harapan itu akan terwujud apabila visi pembangunan peternakan sebagaimana dijelaskan Agustar (1999) di atas ditunjang oleh paradigma baru pembangunan

peternakan yaitu peternakan berkebudayaan industri dengan pendekatan kewilayahan dan disertai landasan baru yaitu efisien, produktif dan *sustainable*.

Peningkatan pendapatan dan pemerataan kesempatan kerja merupakan tujuan pembangunan peternakan. Pencapaian tujuan ini dapat dilakukan melalui peningkatan populasi dan produksi ternak. Peningkatan populasi dan produksi ternak tergantung dari bentuk usaha ternak. Sehingga waktu yang dibutuhkan untuk mencapai sasaran pembangunan peternakan ditentukan oleh bentuk usaha. Hal ini berarti menyangkut pola pengembangan dari setiap bentuk usaha peternakan.

Dalam rangka memacu pertambahan produksi, peternakan rakyat dengan skala usaha kecil turut berperan. Dimasa yang akan datang perlu ada pengertian yang tegas mengenai skala usaha peternakan ini bisa terus di dorong untuk mencapai tingkat yang ekonomis sehingga selain bisa mensejahterakan peternak juga bisa dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan daerah melalui redistribusi ternak maupun pajak usaha.

2.5 Panca Usaha Ternak

Bibit

Abidin (2002) menjelaskan pemilihan bakal yang baik menjadi langkah awal yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Salah satu tolak ukur penampilan produksi sapi maupun kerbau adalah pertumbuhan berat badan harian. Penampilan, produksi tersebut merupakan suatu fungsi dari faktor genetik, faktor lingkungan dan interaksi antara kedua faktor. Dengan bakalan genetik bermutu, peternak hanya mengontrol keadaan lingkungan sehingga fungsi produksi tetap optimal.

Pakan

Menurut Sugeng (2004), pakan yang diberikan kepada ternak harus disesuaikan dengan tujuan. Tujuan pemberian pakan dibedakan menjadi dua golongan yaitu makanan perawatan untuk mempertahankan hidup dan kesehatan, dan makanan produksi untuk pertumbuhan dan makanan produksi untuk pertumbuhan dan penambahan berat. Sedangkan makanan ternak pada pokoknya digolongkan kepada 3 golongan, yaitu :

a) Pakan hijauan

Pakan hijauan yaitu semua bahan pakan yang berasal dari tanaman ataupun tumbuhan berupa daun-daunan, terkadang termasuk batang ranting dan bunga. Semuanya tergolong dua bentuk, yakni hijauan segar dan kering/hay. Hijauan memegang peranan penting karena mengandung hampir semua zat yang diperlukan oleh hewan dalam jumlah besar.

b) Pakan penguat (konsentrat)

Pakan yang berkonsentrat tinggi dengan kadar serat kasar yang relatif rendah dan mudah dicerna, berasal dari biji-bijian seperti gilir, menir, bulgur, hasil ikutan pertanian dan pabrik seperti dedak, katul, bungkil kelapa, dan berbagai umbi.

c) Pakan tambahan

Pakan tambahan biasanya berupa vitamin, mineral, dan urea. Pakan tambahan dibutuhkan oleh ternak dipelihara secara intensif, yang hidupnya dalam kandang terus-menerus.

Perkandangan dan Tataksana Pemeliharaan

Menurut Sugeng (2004), pembangunan kandang bertujuan untuk melindungi ternak terhadap gangguan luar yang merugikan, baik terhadap karena sengatan matahari, kedinginan, kehujanan, dan tiupan angin kencang. Kontruksi kandang harus kuat dan mudah dibersihkan serta sirkulasi udara yang lancar. Oleh karena itu, dalam pemilihan tempat perlu diperhatikan mengenai arah kandang, ventilasi, atap, dinding, dan lantai kandang.

Penyakit dan pencegahan

Penyakit adalah suatu gejala dari penyimpangan normal yang terjadi pada salah satu organ atau beberapa tubuh dimana jaringan tersebut tidak berfungsi secara normal. Pencegahan penyakit perlu dengan isolasi ternak yang sakit, vaksinasi yang teratur, tatalaksana pemeliharaan dan makanan.

Darmono (1993) mengemukakan pendapat bahwa penyakit ternak digolongkan menjadi dua, yaitu penyakit infeksi dan non infeksi. Penyakit infeksi disebabkan virus, bakteri, dan parasit. Sedangkan penyakit non infeksi disebabkan oleh penyakit keracunan gangguan metabolisme.

Pemasaran dan Hasil Ikutan.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Stanton, 1996).

Soefuddin dan Hanafiah (1983) mengemukakan pendapat bahwa fungsi pemasaran itu adalah sebagai :

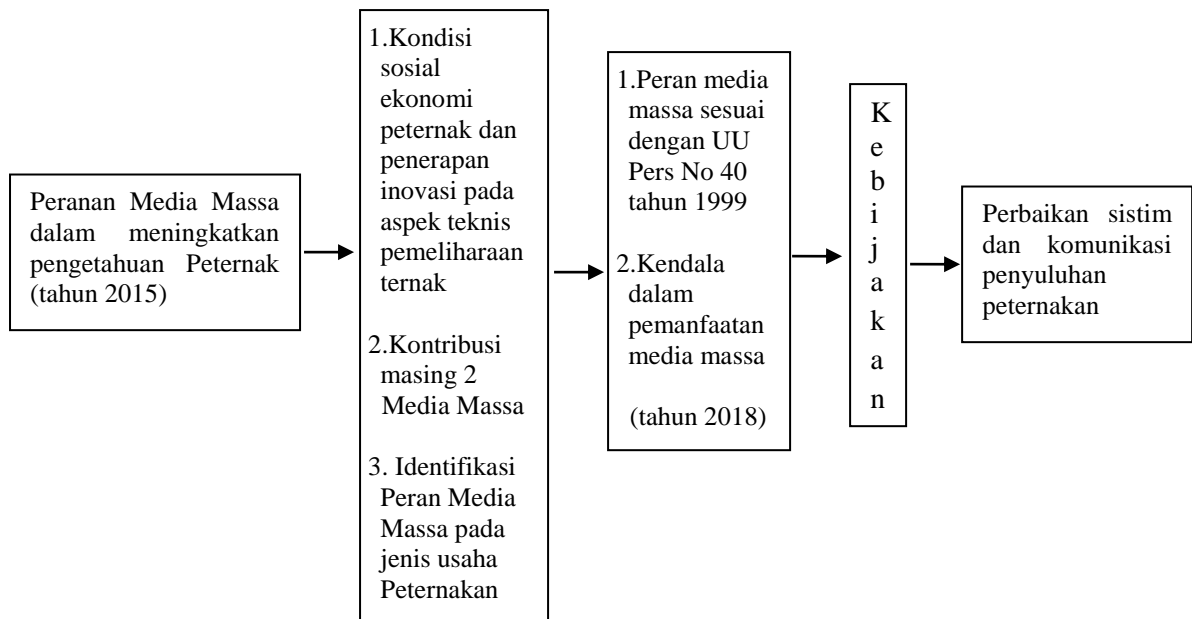
- a) fungsi pertukaran yaitu pembelian dan penjualan.
- b) fungsi penggandaan fisik yaitu kegiatan pengangkutan dan penyimpanan.
- c) fungsi pelaku yaitu kegiatan pembiayaan, penanggung resiko, standarisasi dan informasi pasar.

2.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian tentang media massa telah banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Mira Mariani (2002) yaitu tentang Peranan Media Massa Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Peternakan Sapi Perah..Hasil penelitian yang diperolehnya adalah pemanfaatan media massa dalam memenuhi kebutuhan akan informasi peternak sapi perah berbeda-beda berdasarkan karakteristik peternak, hal ini disebabkan adanya perbedaan kepentingan terhadap informasi peternakan untuk setiap peternak.

Basril (2015), menyatakan bahwa Berpedoman kepada Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 1999 Tentang PERS. Media massa kurang berperan optimal dalam meningkatkan pengetahuan peternak ayam ras pedaging di Kota Padang. Dengan rata-rata persentase peran media massa dalam meningkatkan pengetahuan peternak ayam ras pedaging di Kota Padang yaitu berperan atau setuju sebanyak 38,28%, ragu-ragu sebanyak 54,72% dan tidak berperan atau setuju sebanyak 11,99%. Hasil penelitian lain adalah Anas (2015) menyimpulkan Media massa (media cetak) kurang berperan dalam meningkatkan pengetahuan peternak ayam ras pedaging di Kota Payakumbuh.

2.7 Peta Jalan (road map) penelitian



BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui kondisi sosial ekonomi peternak terkait dengan pemanfaatan media masa sebagai sumber informasi untuk pembangunan peternakan di Sumatera Barat.
2. Mengetahui penerapan inovasi pada aspek teknis usaha peternakan di Sumatera Barat
3. Mengetahui kontribusi masing-masing media masa dalam menyampaikan informasi dan inovasi pada usaha peternakan di Sumatera Barat.
4. Mengetahui peranan media masa dalam meningkatkan pengetahuan berdasarkan jenis usaha peternakan yang dilakukan di Sumatera Barat
5. Mengetahui peranan media masa dalam pembangunan peternakan di Sumatera Barat.

6. Mengetahui kendala yang dihadapi oleh peternak dalam memanfaatkan media masa sebagai sumber informasi untuk pembangunan usaha peternakan di Sumatera Barat.

Tujuan khusus yang dicapai dalam penelitian ini adalah terciptanya sistem informasi dan komunikasi penyuluhan yang komfatibel dengan kondisi sasaran penyuluh (peternak) di Sumatera Barat.

3.2 Manfaat Penelitian

Sistem dan komunikasi penyuluhan peternakan harus diperbaiki dengan meningkatkan peranan media massa sebagai salah satu saluran komunikasi yang dipergunakan dalam menyebarkan informasi dan inovasi pada khalayak sasaran, dengan berperannya media massa, baik media cetak maupun media elektronik maka peternak akan mendapatkan pengetahuan baru, sehingga hal ini akan berimplikasi positif terhadap usaha peternakan yang dilakukan, dengan demikian pembangunan bidang peternakan akan dapat terwujud.

BAB 4. METODE PENELITIAN

4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada wilayah Provinsi Sumatera Barat. Provinsi Sumatera Barat memiliki 19 Kabupaten dan Kotamadya, berdasarkan jumlah Rumah Tangga Pemelihara Ternak (RTP) terbanyak untuk masing-masing jenis usaha peternakan, maka pengambilan sampel dilakukan di 9 (sembilan) Kabupaten Kota yaitu Kabupaten Padang Pariaman (RTP Sapi Potong), Kota Padang Panjang (RTP sapi perah), Kabupaten Agam (RTP kerbau), Kabupaten Pesisir Selatan (RTP kambing), Kota Padang (RTP Domba), Kabupaten 50 Kota (RTP ayam ras petelur), Kabupaten 50 Kota (RTP ayam ras pedaging), Kabupaten Padang Pariaman (RTP ayam buras), Kabupaten 50 Kota (RTP itik)

4.2 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini akan digunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan analisa data sekunder dan pendekatan Survei

- a. Pendekatan Analisa Data Sekunder

Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui jumlah populasi baik itu ternak besar maupun ternak kecil, kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan peningkatan jumlah populasi, pembangunan peternakan, jenis media masa yang tersedia. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait, seperti Bappeda, Dinas Peternakan, Biro Pusat Statistik, serta RPJM dan sumber lainnya, baik itu di tingkat Kabupaten/Kota maupun tingkat provinsi.

b. Pendekatan Survei

Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi peternak di Sumatera Barat, penerapan inovasi pada aspek teknis, pemanfaatan media masa, peranan media masa (cetak, elektronik, online), serta melihat kendala dalam memanfaatkan media masa sebagai sumber informasi dan inovasi baik itu dari segi sumber, isi, saluran, maupun penerima. Data primer diperoleh langsung dari responden. Pengumpulan data dilakukan melalui *Personal Interview* terhadap seluruh responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) melalui wawancara berstruktur dan dengan pengamatan langsung.

4.3 Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Rumah Tangga Peternak (RTP) menurut jenis usaha peternakan yang dilakukan di Kabupaten/Kota Sumatera Barat, dimana jumlah RTP di Sumatera Barat adalah 682.254 RTP.

Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cluster random sampling yang akan dijadikan cluster adalah jenis usaha peternakan. Sumatera Barat pada dasarnya memiliki sembilan jenis usaha peternakan secara yang dominan dan sesuai dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat, yaitu usaha peternakan sapi perah, sapi potong, kerbau, kambing, domba, ayam ras pedaging, ayam buras, ayam ras petelur dan itik. Oleh sebab itu pada sampel ditetapkan sembilan cluster, sedangkan penentuan jumlah sampel dilakukan secara *Quota* atas dasar sistem pemeliharaan, yaitu intensif, semi intensif dan ekstensif dan pemilihan responden dilakukan secara purposif.

Tabel 1. Jumlah Sampel

No	Jenis Usaha	Sistem Pemeliharaan			Jumlah
		Ekstensif	Semi Intensif	Intensif	
1	Ternak Sapi Perah	10	10	10	30
2	Ternak Sapi Potong	10	10	10	30
3	Ternak Kerbau	10	10	10	30
4	Ternak kambing	10	10	10	30
5	Ternak domba	10	10	10	30
6	Ternak Ayam. Ras Pedaging	10	10	10	30
7	Peternak Ayam buras	10	10	10	30
8	Peternak Ayam ras petelur	10	10	10	30
9	Peternak Itik	10	10	10	30
Jumlah		90	90	90	270

4.4 Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan Rumah Tangga Peternak (RTP) yang menjadi sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan yang terpola dan terstruktur sesuai dengan kebutuhan akan data yang mengacu pada topik dan tujuan penelitian, daftar pertanyaan tersebut tentang hubungan kondisi sosial ekonomi peternak dengan pemanfaatan media masa (skala usaha, pendapatan, resiko umur, status di kelompok dan keaktifan mencari informasi) , peranan media masa baik media cetak, media elektronik maupun media online terkait dengan pembangunan peternakan yang dilihat berdasarkan informasi yang berkaitan dengan inovasi pada panca usaha ternak, serta kendala penyebaran informasi yang dilihat dari sumber, isi penerima dan saluran yang digunakan.

Sumber data sekunder didapat dari instansi terkait. Disamping menggunakan daftar pertanyaan atau *Questionair*, juga melalui media diskusi yang akan melibatkan sebanyak mungkin *stakeholder* terutama petani peternak, kelompok peternak, pengusaha ternak dan Dinas Peternakan, serta beberapa orang yang terkait dengan sumber media masa.

4.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Untuk menjawab tujuan penelitian ini dilakukan analisis secara deskriptif kuantitatif, Untuk jenis analisa ini dihitung dengan menggunakan skala likert. Skala

likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang untuk kelompok tentang fenomena social (sugiyono, 2014). Melalui skala likert, variabel akan diukur dan dijabarkan melalui indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (sugiyono, 2014).

Untuk analisis Kuantitatif maka jawaban diberi skor sebagai berikut :

1. Setuju (ST) : Skor 3
2. Ragu-Ragu (RR) : Skor 2
3. Tidak Setuju (TS) : Skor 1

Data aspek yang diperoleh , dikumpulkan dalam bentuk tabel, kemudian dihitung berdasarkan skor masing – masing sesuai dengan “Pedoman Identifikasi Faktor Penentu Teknis Peternakan Ditjen Peternakan 1992”. Selanjutnya nilai skor yang diperoleh akan dibandingkan dengan kategori yang telah ditetapkan oleh Ditjen Peternakan (1992) yaitu:

- a. Kategori berpengaruh/baik/berperan, persentase yang diperoleh 81-100%
- b. Kategori berpengaruh sedang/sedang/sedang, persentase yang diperoleh 60-80%
- c. Kategori kurang /kurang/kurang, persentase yang diperoleh kecil dari 60%

4.6 Aliran Tahapan Penelitian

No	Tahun	Permasalahan	Indikator	Luaran
1	Tahun I	1.Kondisi sosial ekonomi Peternak	a.Peternak sapi perah b.Peternak sapi potong c.Peternak kerbau d.Peternak Kambing e.Peternak domba f.Peternak A. ras pedaging g.Peternak A. Buras h.Peternak A. Ras petelur i. Peternak itik	Teridentifikasi kondisi sosial ekonomi peternak di Sumatera Barat dan kaitannya dengan pemanfaatan media masa
		2.Penerapan inovasi pada Aspek teknis usaha peternakan	a. Inovasi pada aspek teknis ternak sapi perah b. Inovasi pada aspek teknis ternak sapi potong c. Inovasi pada aspek teknis ternak kerbau d. Inovasi pada aspek teknis ternak Kambing e. Inovasi pada aspek teknis ternak domba f. Inovasi pada aspek teknis ternak Ayam pedaging g. Inovasi pada Aspek teknis ternak Ayam. Buras h. Inovasi pada Aspek teknis ternak ayam petelur i. Inovasi pada aspek teknis ternak itik	Aspek teknis usaha peternakan dapat dielaborasi berdasarkan jenis usaha yang dilakukan oleh peternak di Sumatera Barat
		3.Peranan masing-masing media masa	a.Media Cetak (tabloid, majalah, surat kabar, jurnal ilmiah) b.Media elektronik (TV, radio, internet) c.Media sosial	Tergambar kontribusi masing-masing jenis media masa
2	Tahun II	4. Peranan Media masa meningkatkan pengetahuan peternak berdasarkan jenis usaha	a.Pemberi Informasi b.Pembuat keputusan c.Pendidik	Peranan media masa dalam meningkatkan pengetahuan peternak dapat dibuktikan
		5.Peranan media masa dalam pembangunan peternakan	Peranan berdasarkan UU Pers no 40 tahun 1999: a. Memenuhi hak masyarakat b.Mengembangkan pendapat umum c.Pengawasan, kritik, saran, koreksi	Sinkronisasi peranan media masa berdasarkan UU no 40 thun 1999
		6. Kendala pemanfaatan media masa sebagai sumber informasi	a. Dimensi Sumber (<i>Source</i>) b.Dimensi Isi (<i>Content</i>) c. Dimensi Media (<i>Medium</i>) d.Dimensi Pengguna (<i>User</i>)	Terukurnya kendala yang dihadapi peternak dalam memanfaatkan media masa

BAB 5. HASIL YANG DICAPAI

1. Data sekunder yang berkaitan dengan populasi ternak, baik populasi ternak sapi potong, ternak sapi perah, ternak kerbau, ternak ayam buras, ternak ayam broiler, ternak ayam petelur, ternak kambing, ternak domba, telah dikumpulkan dan dielaborasi sesuai dengan kebutuhan penelitian.
2. Data primer terkait variabel penelitian, seperti : 1) Pengaruh status sosial ekonomi peternak dalam pemanfaatan media masa, 2) Penerapan inovasi pada semua usaha peternakan, serta 3) Peranan masing masing media masa dalam menyampaikan informasi/inovasi peternakan telah selesai dikumpulkan dengan mewawancarai 270 orang peternak responden , (30 responden untuk masing masing jenis usaha), dimana responden tersebut tersebar di enam Kabupaten/Kota di Sumatera Barat, yaitu di Kabupaten Agam, Kabupaten 50 Kota, Kabupaten Pesisir Selatan, Kabupaten Padang Pariaman, Kota Payakumbuh dan Kota Padang (Terlampir).
3. Informasi tambahan dari informan kunci sudah diperoleh dengan mewawancarai beberapa informan yang terkait dengan jenis usaha peternakan, serta semua data primer sesuai dengan kebutuhan penelitian juga sudah di verifikasi.
4. Data primer tentang pengaruh status sosial ekonomi dan penerapan inovasi sudah di olah dan diperoleh hasil, dimana status sosial ekonomi kurang berpengaruh pada peternak dalam menerima informasi maupun dalam menerapkan suatu inovasi, walaupun demikian peternak di Sumatera Barat masih kurang menerapkan inovasi pada usaha peternakan yang dilakukan (Terlampir).
5. Data penelitian yang menyangkut dengan peranan media masa sebagai sumber informasi maupun inovasi berada dalam tahapan rekapitulasi.
6. Lokasi penelitian yang jauh dari kota padang merupakan bagian dari hambatan dari pelaksanaan penelitian ini, sedangkan responden untuk diwawancarai kadangkala sulit untuk ditemui pada pagi dan siang hari, karena memiliki aktifitas masing masing sehingga waktu wawancara lebih banyak pada waktu sore hari dan tengah hari waktu istirahat siang.
7. Artikel dalam tahapan penulisan.

BAB 6. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

1. Mengolah data penelitian terkait dengan variabel peranan media masa dalam memberikan informasi tentang inovasi pada usaha peternakan di Sumatera Barat.
2. Menulis pembahasan penelitian yang menyangkut dengan tujuan penelitian, 1) pengaruh status sosial ekonomi peternak dalam memanfaatkan media masa sebagai sumber informasi/inovasi, 2) penerapan inovasi pada usaha peternakan dan 3) peranan media masa sebagai sumber informasi/inovasi peternakan.
3. Publikasi sala satu makalah di seminar nasional
4. Menulis laporan akhir
5. Menyiapkan makalah untuk di publikasi di seminar Internasional
6. Mengkonfilasi laporan akhir menjadi sebuah buku referensi

BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. KESIMPULAN

1. Semua data primer dan data sekunder sesuai dengan kebutuhan penelitian sudah selesai di kumpulkan.
2. Sudah di peroleh hasil dari dua tujuan penelitian, yaitu status sosial ekonomi kurang mempengaruhi peternak dalam memanfaatkan media masa sebagai sumber informasi, serta peternak di Sumatera Barat masih kurang menerapkan inovasi pada usaha peternakan yang dilakukan.
3. Sala satu makalah sedang dipersiapkan untuk di publikasi melalui seminar nasional pada bulan oktober 2017.

7.2. SARAN

1. Pemangku kepentingan pembangunan peternakan seperti Dinas terkait, Perguruan Tinggi, media masa diharapkan dapat optimal dalam menjalankan peranannya masing masing, sehingga usaha peternakan yang dilakukan berorientasi pada inovasi.
2. Status sosial ekonomi kurang berpengaruh bagi peternak dalam memanfaatkan media masa sebagai sumber informasi/inovasi, oleh karena itu sebaiknya peternak memanfaatkan fungsi media masa sebagai sumber informasi/inovasi secara optimal dan menerapkan setiap inovasi yang peroleh.

REFERENSI

- Abidin, Z. 2002. Penggemukan Sapi Potong, Cetakan pertama. PT Agromedia, Jakarta.
- _____. 2008. Penggemukan Sapi Potong, Cetakan kedua belas. Agromedia, Jakarta.
- Anas, A, Ediset dan Sabrina, N. 2015. Mass Media Roles in Increasing The Knowledge Of Broiler Breeder In Payakumbuh. Prosiding Seminar Nasional. Menyongsong Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Universitas Jambi. Jambi
- Agustar, A. 1999. Paradigma Baru Pembangunan Peternakan dan Kendala Penerapan Kebijakan Pemerintah. Makalah Pada Seminar Pembangunan Peternakan Sumatera Barat Di POLITANI. Universitas Andalas .anggal 1 Desember.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2013. Data Base Provinsi Sumatera Barat.
- Basyar, B, Anas, A dan Anugrah, Y. 2015. Role Of Mass Media In Improving The Knowledge Of Chiken Husbandry Of Broiler Race In Padang
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied.2002.Pengantar Ilmu Komunikasi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- _____.1998.Pengantar Ilmu komunikasi.PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Darmono. 1993. Tata Laksana Usaha Sapi Kereman. Kanisius, Jakarta.
- Dominick, J. R. 1996. *The Dynamics of Mass Communication*. Fifth Edition. McGraw Hill, Inc. USA.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. Dinamika Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Gumilar, G. 2009 *Peranan Komunikasi dalam pembangunan*. www.docstoc.com
- Ramírez, R. and Wendy, Q. 2004.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: RhinekaCipta.
- Mardikanto, T. 2010. Komunikasi Pembangunan. Acuan Bagi Akademisi, Praktisi dan Peminat Komunikasi Pembangunan, UNS Press. Surakarta.
- Mariani, Mira. 2002. Peran Media Massa Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Peternakan Sapi Perah. Skripsi Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor: Bogor

- Mulyana,D dan J Rakhmat.2001. Komunikasi Antar Budaya : *Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung.Remaja Rosdakarya.
- Schramm,W.1964. *Mass Media and National Development*. Stanford: Stanford.University Press
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Merode, dan Terapan di Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Soefuddin, A.M dan Hanafiah. 1983. *Tata Niaga Hasil*. Indonesia University Press, Jakarta.
- Stanton, W.J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa : Yohanes Lamarto. Erlangga, Jakarta.
- Sugeng, 2004. *Seri Agribisnis Sapi Potong*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers

LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Terkait dengan Pemanfaatan Media Masa sebagai Sumber Informasi

1. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Ayam Buras

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	21	63	9	18	0	0	30	0	0	9	18	21	63	30	126	36	0
Pendapatan	20	60	8	16	2	2	30	2	2	8	16	20	60	30	120	32	4
Resiko	20	60	7	14	3	3	30	3	3	8	16	19	57	30	117	30	6
Umur	16	48	9	18	5	5	30	5	5	8	16	17	51	30	99	34	10
Status keanggotaan	7	21	11	22	12	12	30	12	12	11	22	7	21	30	42	44	24
Keaktifan	27	81	3	6	0	0	30	0	0	6	12	24	72	30	153	18	0

2. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Broiler

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	20	60	7	14	3	3	30	3	3	8	16	19	57	30	117	30	6
Pendapatan	14	42	8	16	8	8	30	8	8	7	14	15	45	30	87	30	16
Resiko	10	30	7	14	13	13	30	13	13	8	16	9	27	30	57	30	26
Umur	20	60	7	14	3	3	30	3	3	6	12	21	63	30	123	26	6
Status keanggotaan	8	24	15	30	9	9	32	12	12	1	2	7	21	20	45	32	21
Keaktifan	20	60	7	14	3	3	30	3	6	6	12	21	63	30	123	26	9

3. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Domba

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	8	24	8	16	14	14	30	7	7	20	40	3	9	30	33	56	21
Pendapatan	8	24	11	22	11	11	30	4	4	23	46	3	9	30	33	68	15
Resiko	21	63	5	10	4	4	30	1	1	17	34	12	36	30	99	44	5
Umur	7	21	9	18	14	14	30	16	16	8	16	6	18	30	39	34	30
Status keanggotaan	3	9	18	36	9	9	30	3	3	25	50	2	6	30	15	86	12
Keaktifan	28	84	1	2	1	1	30	2	2	11	22	17	51	30	135	24	3

4. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Itik

Variabel	Skor Pernyataan Positif							Skor Pernyataan Negatif							Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor	Jumlah n	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor	jumlah n	S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	24	72	3	6	3	3	30	3	3	6	12	21	63	30	135	18	6
Pendapatan	24	72	4	8	2	2	30	3	3	5	10	22	66	30	138	18	5
Resiko	14	42	9	18	7	7	30	7	7	7	14	16	48	30	90	32	14
Umur	22	66	7	14	1	1	30	3	3	7	14	20	60	30	126	28	4
Status keanggotaan	14	42	8	16	8	8	30	8	8	8	16	14	42	30	84	32	16
Keaktifan	25	75	5	10	0	0	30	2	6	5	10	23	69	30	144	20	6

5. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Kambing

Variabel	Skor Pernyataan Positif							Skor Pernyataan Negatif							Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor	Jumlah n	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor	jumlah n	S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	19	57	1	2	10	10	30	13	13	10	20	17	51	40	108	22	23
Pendapatan	23	69	1	2	6	6	30	12	12	1	2	17	51	30	120	4	18
Resiko	18	54	1	2	11	11	30	11	11	2	4	17	51	30	105	6	22
Umur	22	66	1	2	7	7	30	18	18	0	0	12	36	30	102	2	25
Status keanggotaan	15	45	4	8	11	11	30	9	9	5	10	16	48	30	93	18	20
Keaktifan	23	69	3	6	4	4	30	15	15	3	6	12	36	30	105	12	19

6. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Kerbau

Variabel	Skor Pernyataan Positif							Skor Pernyataan Negatif							Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor	Jumlah n	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor	jumlah n	S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	17	51	10	20	3	3	30	3	3	10	20	17	51	30	102	40	6
Pendapatan	13	39	12	24	5	5	30	5	5	12	24	13	39	30	78	48	10
Resiko	10	30	20	40	0	0	30	0	0	20	40	10	30	30	60	80	0
Umur	0	0	14	28	16	16	30	16	16	14	28	0	0	30	0	56	32
Status keanggotaan	0	0	11	22	19	19	30	19	19	11	22	0	0	30	0	44	38
Keaktifan	30	90	0	0	0	0	30	0	0	0	0	30	90	30	180	0	0

7. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Ayam Petelur

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	25	75	3	6	2	2	30	4	4	3	6	23	69	30	144	12	6
Pendapatan	23	69	4	8	3	3	30	5	5	3	6	22	66	30	135	14	8
Resiko	23	69	2	4	5	5	30	4	4	3	6	23	69	30	138	10	9
Umur	21	63	5	10	4	4	30	5	5	5	10	20	60	30	123	20	9
Status keanggotaan	16	48	9	18	5	5	30	3	3	10	20	17	51	30	99	38	8
Keaktifan	25	75	4	8	1	1	30	1	6	5	10	24	72	30	147	18	7

8. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Sapi Perah

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	26	78	0	0	1	1	27	1	1	0	0	26	78	27	156	0	2
Pendapatan	19	57	4	8	4	4	27	4	4	6	12	17	51	27	108	20	8
Resiko	14	42	13	26	0	0	27	0	0	14	28	13	39	27	81	54	0
Umur	7	21	15	30	5	5	27	5	5	15	30	7	21	27	42	60	10
Status keanggotaan	2	6	18	36	7	7	27	7	7	18	36	2	6	27	12	72	14
Keaktifan	11	33	9	18	7	7	27	7	7	9	18	11	33	27	66	36	14

9. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Sapi

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	22	66	8	16	0	0	30	0	0	8	16	22	66	30	132	32	0
Pendapatan	22	66	7	14	1	1	30	1	1	8	16	21	63	30	129	30	2
Resiko	19	57	9	18	2	2	30	2	2	9	18	19	57	30	114	36	4
Umur	17	51	9	18	4	4	30	4	4	10	20	16	48	30	99	38	8
Status keanggotaan	6	18	15	30	9	9	30	10	10	15	30	5	15	30	33	60	19
Keaktifan	22	66	8	16	0	0	30	0	0	8	16	22	66	30	132	32	0

Lampiran 2. Data Penerapan Inovasi pada Masing Masing Jenis Usaha Peternakan

1. Penerapan Inovasi pada Aspek Teknis Usaha Peternakan Itik

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Bibit	24	72	4	8	2	2	30	6	6	6	12	18	54	30	126	20	8
Pakan	7	21	11	22	12	12	30	11	11	13	26	6	18	30	39	48	23
Pemeliharaan	14	42	8	16	8	8	30	9	9	10	20	11	33	30	75	36	17
Perkandangan	15	45	9	18	6	6	30	6	6	11	22	13	39	30	84	40	12
Kesehatan	15	45	6	12	9	9	30	8	8	9	18	13	39	30	84	30	17

2. Penerapan Inovasi pada Aspek Teknis Usaha Peternakan Ayam Broiler

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Bibit	11	33	8	16	11	11	30	11	11	8	16	11	33	30	66	32	22
Pakan	12	36	9	18	9	9	30	8	8	10	20	12	36	30	72	38	17
Pemeliharaan	22	66	7	14	1	1	30	1	1	7	14	22	66	30	132	28	2
Perkandangan	24	72	6	12	0	0	30	0	0	6	12	24	72	30	144	24	0
Kesehatan	25	75	5	10	0	0	30	0	0	5	10	25	75	30	150	20	0

3. Penerapan Inovasi pada Aspek Teknis Usaha Peternakan Ayam Buras

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Bibit	26	78	3	6	1	1	30	1	1	3	6	26	78	30	156	12	2
Pakan	1	3	3	6	26	26	30	25	25	3	6	2	6	30	9	12	51
Pemeliharaan	27	81	2	4	1	1	30	1	1	2	4	27	81	30	162	8	2
Perkandangan	24	72	4	8	2	2	30	2	2	4	8	24	72	30	144	16	4
Kesehatan	26	78	3	6	1	1	30	1	1	3	6	26	78	30	156	12	2

4. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Ayam Petelur

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Skala Usaha	25	75	3	6	2	2	30	4	4	3	6	23	69	30	144	12	6
Pendapatan	23	69	4	8	3	3	30	5	5	3	6	22	66	30	135	14	8
Resiko	23	69	2	4	5	5	30	4	4	3	6	23	69	30	138	10	9
Umur	21	63	5	10	4	4	30	5	5	5	10	20	60	30	123	20	9
Status keanggotaan	16	48	9	18	5	5	30	3	3	10	20	17	51	30	99	38	8
Keaktifan	25	75	4	8	1	1	30	1	6	5	10	24	72	30	147	18	7

5. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Domba

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Bibit	29	87	1	2	0	0	30	0	0	6	12	24	72	30	159	14	0
Pakan	16	48	13	26	1	1	30	0	0	23	46	7	21	30	69	72	1
Pemeliharaan	3	9	15	30	12	12	30	8	8	20	40	2	6	30	15	70	20
Perkandangan	19	57	9	18	2	2	30	0	0	19	38	11	33	30	90	56	2
Kesehatan	26	78	3	6	1	1	30	0	0	24	48	6	18	30	96	54	1

6. Data Status Sosial Ekonomi Peternak Kambing

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Bibit	6	18	1	2	23	23	30	26	26	0	0	4	12	30	30	2	49
Pakan	0	0	0	0	30	30	30	20	20	0	0	10	30	30	30	0	50
Pemeliharaan	0	0	0	0	30	30	30	20	20	0	0	10	30	30	30	0	50
Perkandangan	6	18	0	0	24	24	30	25	25	0	0	5	15	30	33	0	49
Kesehatan	2	6	0	0	28	28	30	21	21	0	0	9	27	30	33	0	49

7. Penerapan Inovasi pada Aspek Teknis Usaha Peternakan Kerbau

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Bibit	30	90	0	0	0	0	30	0	0	0	0	30	90	30	180	0	0
Pakan	0	0	7	14	23	23	30	23	19	7	14	0	0	30	0	28	42
Pemeliharaan	0	0	0	0	30	30	30	30	30	0	0	0	0	30	0	0	60
Perkandangan	0	0	8	16	22	22	30	22	22	8	16	0	0	30	0	32	44
Kesehatan	0	0	27	54	3	3	30	3	3	27	54	0	0	30	0	108	6

8. Penerapan Inovasi pada Aspek Teknis Usaha Peternakan Sapi Perah

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Bibit	26	78	1	2	0	0	27	0	0	1	2	26	78	27	156	4	0
Pakan	17	51	9	18	1	1	27	1	1	9	18	17	51	27	102	36	2
Pemeliharaan	22	66	3	6	2	2	27	2	2	3	6	22	66	27	132	12	4
Perkandangan	20	60	7	14	0	0	27	0	0	7	14	20	60	27	120	28	0
Kesehatan	24	72	3	6	0	0	27	0	0	3	6	24	72	27	144	12	0

9. Penerapan Inovasi pada Aspek Teknis Usaha Peternakan Sapi Potong

Variabel	Skor Pernyataan Positif						Jumlah n	Skor Pernyataan Negatif						jumlah n	Jumlah Skor		
	S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	Skor	RR	Skor	TS	Skor		S	RR	TS
	n	3	n	2	n	1		n	1	n	2	n	3				
Bibit	25	75	5	10	0	0	30	0	0	5	10	25	75	30	150	20	0
Pakan	4	12	7	14	19	19	30	19	19	7	14	4	12	30	24	28	38
Pemeliharaan	19	57	5	10	6	6	30	6	6	5	10	19	57	30	114	20	12
Perkandangan	23	69	6	12	1	1	30	1	1	6	12	23	69	30	138	24	2
Kesehatan	26	78	3	6	1	1	30	1	1	3	6	26	78	30	156	12	2

Lampiran 3. Hasil Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Media Masa Sebagai Sumber Informasi

No	Jenis Usaha	% Rataan Skor	Kategori
1	Peternak Itik	77.48	Kurang Berpengaruh
2	Peternak A. Broiler	65.91	Kurang Berpengaruh
3	Peternak A. Buras	71.34	Kurang Berpengaruh
4	Peternak A. Petelur	82.91	Berpengaruh
5	Peternak Domba	43.30	Tidak Berpengaruh
6	Peternak Kambing	79.07	Kurang Berpengaruh
7	Peternak Kerbau	44.85	Tidak Berpengaruh
8	Peternak S. Perah	57.46	Tidak Berpengaruh
9	Peternak S. Potong	68.81	Kurang Berpengaruh
		57.07	Tidak Berpengaruh

Lampiran 4. Hasil Penerapan Inovasi Pada Usaha Peternakan Di Sumatera Barat

No	Jenis Usaha	% Skor Penerapan	Kategori
1	Peternakan Itik	60.35	Sedang
2	Peternakan A. Broiler	65.91	Sedang
3	Peternakan A. Buras	75.60	Sedang
4	Peternakan A. Petelur	94.28	Baik
5	Peternakan Domba	55.83	Kurang
6	Peternakan Kambing	38.50	Kurang
7	Peternakan Kerbau	20.00	Kurang
8	Peternakan S. Perah	86.59	Baik
9	Peternakan S. Potong	73.78	Sedang
		56.72	Kurang

Lampiran 5. Dokumentasi Pengambilan Data



