

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Pada penelitian kali ini, peneliti mengamati beberapa penelitian terdahulu yang relevan, sebagai pembandingan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dicermati peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian pertama yang ditulis oleh Gilang Mahardika Romdhani Putra, dengan judul penelitian; *“Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian dalam Mensosialisasikan Program kepada Masyarakat” (Studi Kasus Dinas Pertanian Kota Mataram)* tahun 2020, Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktek strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh Dinas Pertanian Kota Mataram dalam mensosialisasikan program kepada masyarakat dengan menggunakan sistem demplot, latihan kunjungan atau laku, jadwal kunjungan, hidroponik dan lain-lain dinilai efektif, hal tersebut terbukti dengan ada respon yang sangat positif dari para petani, karena pada dasarnya para penyuluh pertanian selalu mengedepankan pendekatan emosional kelompok maupun individual yang baik dan komunikasi yang terarah, sopan serta sesuai dengan etika bahasa

komunikasi yang tepat kepada para petani sehingga dalam melakukan penyuluhan para petani dapat menerima penyuluhan dengan baik dan utuh, serta pengarahan-pengarahan tambahan melalui dengan media massa seperti brosur, pamflet dan platform media online yang terus berkembang untuk membantu daya ingat para petani di Kota Mataram. (sumber: <http://etheses.uinmataram.ac.id>)

- 2) Penelitian kedua yang ditulis oleh Darmin, La Tarifu dan La Ib dengan judul penelitian; *“Model Komunikasi dalam Penyuluhan Pertanian di Kabupaten Muna Barat”*, pada tahun 2016 dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kampus Hijau Bumi Tri Dharma Anduonohu, Kendari 93232. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan hasil dari penelitian ini adalah; strategi komunikasi yang digunakan penyuluh pertanian yaitu; Pendekatan perorangan, yang mana penyuluh berkunjung ke tiap-tiap orang yang menjadi sasaran penyuluhan seperti berkunjung ke rumah atau lahan pertanian (sumber: <http://ojs.uho.ac.id>)
- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Ramlianto dengan judul; *“Metode Komunikasi Penyuluhan terhadap Kelompok Tani Jagung Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto”*, tahun 2015 dari Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar. Metode penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa media komunikasi penyuluhan terhadap kelompok tani jagung di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto

untuk saluran komunikasi tatap muka dengan persentase 2,95%, untuk saluran komunikasi massa dengan persentase 2,15%, untuk saluran komunikasi saluran audio visual dengan persentase 2,80%, untuk saluran komunikasi media cetak dengan persentase 2,00%, dan untuk perubahan pengetahuan kelompok tani dengan persentase 2,95%. Jadi dalam penyuluhan ini, penyuluh memanfaatkan media massa untuk dapat memberikan pesan kepada petani yang menjadi sasarannya. (sumber: <https://dgilibadmin.unismuh.ac.id>)

- 1) Persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Gilang Mahardika Romdhani Putra; adapun persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai strategi yang dilakukan oleh penyuluh dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh para petani. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada strategi yang digunakan. Strategi dalam penelitian yang dilakukan oleh Gilang Mahardika Romdhani Putra adalah demplot, latihan kunjungan, daftar kunjungan dll. Namun strategi yang diasumsikan oleh penulis adalah strategi persuasif, informatif dan edukatif.
- 2) Persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Darmin, La Tarifu dan La Ib; persamaan dari penelitian ini adalah yang menjadi sasaran penelitian adalah masyarakat petani yang menggantungkan hidupnya dari bertani. Namun perbedaannya, penelitian yang dilakukan oleh Darmin, La Tarifu dan La Ib ini dilakukan dengan pendekatan secara perorangan dengan melakukan kunjungan ke rumah-rumah atau langsung bertemu petani secara langsung di lokasi tani,

sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini adalah dengan memanfaatkan kelompok tani dalam jumlah besar.

- 3) Persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ramlianto; adapun persamaannya adalah metode penelitian kualitatif dan obyek penelitiannya adalah para petani. Namun perbedaannya Ramlianto menggunakan beberapa media atau saluran dan salah satunya adalah media cetak. Pada penelitian kali ini, peneliti tidak banyak membahas tentang media yang digunakan dalam memberikan penerangan kepada obyek peneliti.

2.2 Komunikasi

Menurut K. Prent seperti yang dikutip Bouk (Materi Kuliah Komunikasi Interpersonal, Unika Widya Mandira Kupang, 2001:5) istilah “Komunikasi” berasal dari bahasa Latin “*Communicare*” yang berarti memberitahukan, pemberitahuan, menyampaikan. Komunikasi merupakan proses pembagian dan pertukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan di antara dua atau lebih orang yang mempunyai dan menggunakan tanda dan simbol-simbol yang sama. (Liliweri, 2011:37). Jadi, apabila ada dua orang yang terlibat dalam pertemuan dan saling memberi informasi, secara verbal maupun nonverbal, komunikasi akan terjadi selama ada kesamaan makna mengenai apa yang diperbicarakan. Bentuk dan cara komunikasi yang diciptakan manusia sesungguhnya terus berkembang sepanjang zaman, termasuk bahasa yang menjadi perantara. Bahasa yang maju dan rumit akan menyebabkan komunikasi kurang lancar atau kurang dipahami. Kesamaan bahasa yang dipergunakan

dalam percakapan belum tentu menimbulkan kesamaan makna, artinya mengerti bahasanya namun belum tentu maknanya.

Melalui komunikasi, ada beberapa tujuan yang bisa dicapai oleh manusia. *Pertama* komunikasi merupakan cara agar manusia mencapai kesamaan makna sehingga menghasilkan kesepakatan tertentu. Komunikasi pada dasarnya adalah saling bertukar makna melalui pesan dalam interaksi yang dilakukan manusia. Saat berbicara dengan orang lain, manusia menyampaikan pesan yang mengandung makna. Melalui komunikasi, terjadi proses berbagi makna antar peserta komunikasi menuju terwujudnya kesamaan makna. *Kedua*, melalui komunikasi dapat memahami, entah memahami orang lain maupun memahami diri sendiri. Ketika memahami orang lain, disitu juga memahami diri sendiri. Selain itu, bisa dipahami juga siapa orang yang sedang berkomunikasi. Hal ini berarti untuk mendapatkan pemahaman yang baik, butuh sebuah umpan balik yang bisa dipahami. *Ketiga*, komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi khalayak. Dalam komunikasi antar pribadi, seseorang komunikator berusaha mempengaruhi komunikannya.

Menurut Liliweri (2011:39) dalam proses komunikasi melibatkan beberapa unsur, yaitu;

1. Pengirim/Sumber (*source*), yaitu individu, kelompok ataupun lembaga yang berinisiatif dalam penyampaian pesan.
2. Penerima pesan/komunikan (*receiver*), adalah orang atau pihak yang menerima pesan/informasi yang disampaikan oleh sumber pesan atau komunikator

3. Encoding dan Decoding; proses di mana pengirim menerjemahkan ide dan maksudnya ke dalam symbol-simbol berupa kata-kata atau nonverbal.
4. Pesan (*message*), adalah gagasan, perasaan atau pemikiran yang telah dibuat oleh pengirim atau yang sudah dibaca atau dipahami oleh penerima.
5. Saluran (*channel*), yaitu sarana untuk mengangkut atau memindahkan pesan dari pengirim kepada penerima
6. Gangguan (*Noise*) merupakan gangguan, hambatan atau distorsi yang dapat menghambat pesan sampai ke penerima pesan.
7. Umpan balik (*feedback*) adalah respon dari penerima pesan terhadap pesan yang disampaikan oleh sumber pesan/komunikator.
8. Kerangka pengalaman adalah pengalaman pengirim dan penerima pesan yang berbasis pada latar belakang social budaya, adat istiadat, pendidikan, pengetahuan, interaksi sosial dan status sosial.
9. Konteks; yaitu semua unsur yang mempengaruhi proses komunikasi seperti konteks fisik, konteks budaya, konteks psikososial dan konteks temporal
10. Perubahan; merupakan hal yang terjadi pada penerima pesan sebagai akibat dari apa yang disampaikan. Efek yang diharapkan terjadi pada si penerima pesan meliputi perubahan pada aspek pengetahuan, sikap, dan tindakan/perbuatan.

2.3 Strategi Komunikasi

2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Liliweri dalam bukunya "*Komunikasi Serba Ada Serba makna*" (2011:248) jika berbicara tentang strategi komunikasi, maka hendaknya pikirkanlah tentang tujuan yang ingin dicapai dan jenis barang apa yang dimanfaatkan untuk mencapai tujuan tersebut. Artinya, dalam menjalankan sebuah komunikasi harus memiliki strategi agar informasi yang disampaikan dapat sampai pada sasaran. Selain itu, perlu memperhatikan media apa yang sesuai dengan lingkungan dan budaya dalam melancarkan komunikasi tersebut.

Menurut Rogers dalam Cangara (2013:12) pengertian strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi yang dirancang untuk tujuan komunikasi yang optimal. Perencanaan komunikasi yang efektif dalam penyampaian pesan memungkinkan komunikan mendapatkan pengetahuan dan dapat mengubah sikap. Strategi pada dasarnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Akan tetapi, perlu diketahui bahwa strategi bukan untuk dijadikan peta penunjuk jalan, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya. Berdasarkan pengertian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai target yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi akan menunjukkan bagaimana mengaplikasikannya dengan taktik yang harus dilakukan. Artinya bahwa setiap taktik yang akan dipakai tidak tetap, tetapi selalu berubah-ubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada saat itu.

Disetiap strategi dan salah satunya adalah strategi komunikasi harus didukung dengan teori-teori. Proses komunikasi dalam berbagai bidang dan latar belakang komunikasi tidaklah mudah melainkan melalui serangkaian proses serta tahapan-tahapan yang sangat rumit. Hal ini sesuai dengan prinsip komunikasi yang telah dirumuskan oleh para ahli dengan berbagai situasi dan disiplin ilmu. Alasannya karena dalam proses komunikasi melibatkan berbagai macam unsur-unsur komunikasi meliputi aspek-aspek pesan serta aspek perilaku, saluran komunikasi yang digunakan, latar belakang komunikator, kedekatan antara komunikator dan komunikan serta situasi dimana itu dilakukan. Jika salah satu komponen diatas tidak ada atau bermasalah maka sangat berpengaruh terhadap keseluruhan proses komunikasi. Oleh karena itu, agar komunikasi bisa berjalan efektif, perlu dirumuskan suatu strategi komunikasi atau perencanaan komunikasi serta manajemen komunikasi.

Menurut Effedy (1984:35), strategi adalah perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berhadapan dengan khalayak yang menjadi sasaran. Strategi komunikasi bertujuan akan memperoleh manfaat bagi khalayak berdasarkan sudut pandangnya dan dapat menjangkau khalayak sasaran yang lebih luas dengan lebih efektif.

2.3.2 Teknik Strategi Komunikasi

Menurut Arifin (1994, 72-78), terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi, yaitu:

- 1) *Redundancy* (Repetition). Teknik redundancy atau repetition adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Manfaat dari teknik ini antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, sangat berbeda jika pesan itu hanya disampaikan sekali saja, maka khalayak akan cepat melupakannya.
- 2) *Canalizing*. Teknik canalizing adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka harus dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standard kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur mengubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.
- 3) *Informatif*. Teknik informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan

penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

- 4) *Persuasif*. Teknik persuasif adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (suggestivitas), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (suggestibilitas).
- 5) *Edukatif*. Teknik edukatif merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

- 6) *Koersif*. Teknik koersif adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya di belakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.

2.3.3 Langkah-langkah Strategi komunikasi

Strategi komunikasi harus disusun sedemikian rupa dan sistematis, agar upaya mengubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran dapat tercapai. Menurut Arifin (1994), agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, maka komunikator/pemberi pesan perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu:

- 1) Mengenal khalayak. Untuk mencapai hasil yang memuaskan, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak. Untuk mempersamakan kepentingan tersebut maka komunikator harus mengerti dan memahami pola pikir serta mengetahui batasan-pengetahuan khalayak yang menjadi sasaran. Hal yang harus dimengerti dari khalayak adalah kondisi kepribadian dan kondisi fisik.
- 2) Menentukan tujuan. Adapun beberapa tujuan komunikasi yang baik antara lain yaitu:
 - a) Memberikan informasi. Masyarakat cenderung merasa lebih baik diberi informasi mengenai kepentingannya atau yang akan diberi jalan masuk

menuju informasi tersebut yang merupakan bagian dari keadaan percaya dan rasa aman.

- b) Menolong orang lain, memberikan petunjuk kepada orang lain dalam mencapai tujuan. Dengan begitu, orang tersebut akan menemukan jalan.
 - c) Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan, karena semakin tinggi kedudukan atau status seseorang maka semakin penting meminta orang lain untuk menyelesaikan masalah atau membuat keputusan dengan menampilkan data-data sebagai bahan pertimbangan.
- 3) Menyusun Pesan. Komunikator harus bisa melihat bagaimana memilih atau merancang pesan dengan sangat baik agar bisa diterima oleh komunikan sehingga tujuan dapat tercapai, Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu:
- a) Pesan harus dirancang sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian sasaran.
 - b) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
 - c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
 - d) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.

- 4) Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan situasi dan kemampuan khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting. Terdapat empat ciri pokok dalam komunikasi melalui media, terutama bagi media massa, yaitu: bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis. Bersifat satu arah, artinya tidak ada reaksi antara para peserta komunikasi. Bersifat terbuka, artinya ditunjukkan kepada publik yang terbatas dan anonim dan mempunyai publik yang secara geografis terbesar.

2.4 Penyuluhan

2.4.1 Pengertian Penyuluhan

Penyuluhan berasal dari kata “suluh” atau “obor” yang berarti memberi terang di tengah kegelapan. Sehingga penyuluhan sering disebut sebagai kegiatan penerangan (Gual, 2019:1). Menjadi penyuluh juga bukan sekadar memberi penerangan tetapi juga bisa menjadi pemimpin, yang mana menjelaskan segala informasi kepada kelompok sasaran. Penyuluhan pertanian secara umum adalah proses pendidikan nonformal kepada keluarga tani, dengan tujuan memberikan penerangan yang berkaitan dengan masalah yang sedang dihadapi. Menurut Mardikantoro (1993:15), penyuluh pertanian adalah proses penyebaran informasi yang berkaitan dengan cara-cara bertani demi tercapainya pendapatan dan perbaikan kesejahteraan keluarganya. Dalam penyuluhan, seseorang dipercayai mampu menjadi komunikator diikutsertakan untuk melakukan komunikasi informasi secara sadar dengan tujuan membantu sesamanya memberikan pendapat sehingga bisa membuat keputusan yang benar.

Pada undang-undang RI No. 16 tentang Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan (SP3K), tahun 2006 menyebutkan bahwa penyuluhan adalah seluruh rangkaian pengembangan kemampuan, pengetahuan, keterampilan serta sikap pelaku utama dan pelaku usaha melalui penyuluhan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penyuluhan adalah kegiatan pendidikan nonformal kepada masyarakat umum sebagai jaminan dalam mendapatkan pendidikan dan dapat diharapkan dapat memanfaatkan sumber daya yang berguna memperbaiki dan meningkatkan taraf hidup

serta pendapatan bagi keluarga maupun masyarakat lain. Proses yang dimaksud mengandung makna bahwa didalam peroses pembelajaran adanya proses-proses lain yang berkesinambungan seperti proses komunikasi persuasive, yang dilakukan penyuluh dalam mempengaruhi khalayak. Selain komunikasi persuasive, ada juga proses pemberdayaan, artinya memberikan kuasa atau wewenang dalam proses pembangunan, sehingga tiap orang memiliki atau mendapatkan hak yang sama seperti berpartisipasi, mengakses teknologi, melakukan control dan dapat memperoleh manfaat yang sama. Dalam proses penyuluhan tersebut adanya komunikasi timbal balik mengenai berbagai pilihan yang dapat dilakukan demi memecahkan masalah berkaitan dengan perbaikan atau peningkatan mutu pertaniannya.

2.4.2 Tugas dan Fungsi Penyuluhan

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa penyuluhan merupakan pendidikan nonformal. Selain itu, banyak pihak melihat bahwa penyuluhan mempunyai andil yang sangat besar dalam keberhasilan pembangunan di Indonesia. Bimbingan Masal (Bimas) dengan metode latihan dan kunjungannya telah berhasil beberapa inovasi, sehingga pengetahuan dan teknologi terjadi secara berkesinambungan (Hidayati, 2014:76).

Adapun tugas dan fungsi seorang penyuluh menurut Hidayati (2014:79) antara lain;

1) Penyuluhan sebagai Proses Penyebarluasan Informasi

Penyuluhan diartikan sebagai proses penyebarluasan, yang mana merupakan penyebarluasan informasi tentang ilmu pengetahuan dan teknologi. Seorang penyuluh harus berperan selayaknya *opinion leader*. Opinion leader merupakan manusia yang tidak diangkat oleh manusia lain untuk memimpin manusia-manusia lain. Orang semacam ini diangkat berdasarkan kemampuannya dalam bidang tertentu, karena pendapatnya menentukan pendapat para pengikutnya.

Sebagai agen perubahan informasi, penyuluh tidak boleh hanya menunggu aliran informasi dari sumber-sumber informasi hasil penelitian orang lain atau institusi pemerintah. Seorang penyuluh atau opinion leader harus secara aktif berburu informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat yang menjadi sasaran. Sehubungan dengan ini, seorang penyuluh harus mengoptimalkan segala sumber daya yang dimiliki seperti media atau saluran informasi yang dapat digunakan (media massa, internet dll) agar tidak ketinggalan informasi.

Selain itu, sehubungan dengan penyebaran informasi, penyuluh harus aktif dalam menyaring informasi yang masuk entah itu dari masyarakat atau dari sumber-sumber lain entah itu kebijakan, produk, metode nilai ataupun perilaku. Hal ini sangat penting, karena masyarakat akan banyak mendapat berbagai informasi atau inovasi dari sumber-sumber lain seperti pemerintah, pelaku bisnis, media massa maupun LSM yang tidak selalu benar.

2) Penyuluhan sebagai Proses Penerangan

Penyuluhan yang berasal dari kata “suluh”, dapat diartikan sebagai kegiatan penerangan atau memberikan terang di tengah kegelapan. Kegiatan penyuluhan ini tidak sebatas memberi penerangan saja, akan tetapi harus menjelaskan setiap informasi yang masuk atau informasi yang beredar di tengah masyarakat berkaitan dengan persoalan yang sedang dialami. Terkait dengan istilah penerangan, komunikasi yang dipakai harus bersifat timbal-balik yang memusat sehingga penyuluh tidak hanya memberi informasi akan tetapi harus menerima informasi dari masyarakat. Apabila informasi yang diberikan oleh penyuluh tidak dikehendaki maka ada informasi dari masyarakat agar penyuluhan juga tidak bersifat pemaksaan. Hal ini dapat dilakukan agar hubungan penyuluh dan masyarakat tetap berkelanjutan.

3) Penyuluhan Sebagai Proses Perubahan Prilaku

Pengertian tentang penyuluh tidak sekadar diartikan sebagai penerangan searah atau pasif. Akan tetapi penyuluhan harus bersifat aktif dan memerlukan interaksi penyuluh dan masyarakat agar terbentuk proses perubahan perilaku. Dengan kata lain, kegiatan penyuluhan tidak berhenti penyebarluasan informasi atau inovasi, sampai terjadinya perubahan perilaku yang ditunjukkan oleh penerima manfaat atau masyarakat

Perubahan perilaku yang diharapkan tidak hanya sebatas pada masyarakat atau sasaran akan tetapi penyuluh harus mampu mengubah perilaku semua pihak yang berkepentingan di dalamnya, seperti pemerintah, peneliti, pelaku bisnis dan lain-lain. Selain itu, perubahan perilaku terjadi tidak berhenti pada masyarakat, tetapi justru untuk selalu siap melakukan perubahan-perubahan terhadap inovasi yang sudah diyakininya.

4) Penyuluhan Sebagai Proses Perubahan Sosial

Penyuluhan tidak sekadar merupakan proses perubahan perilaku pada diri seseorang, tetapi merupakan proses perubahan social yang mencakup beberapa aspek termasuk aspek politik dan aspek ekonomi. Yang dimaksudkan dengan perubahan social adalah tidak saja adanya perubahan perilaku tetapi juga perubahan-perubahan hubungan antar individu, antar kelompok, nilai-nilai dan pranata sosial.

5) Penyuluhan Sebagai Mediator

Penyuluh bisa menjadi mediator atau jembatan penghubung antara masyarakat dengan pemerintah atau penyedia barang dan jasa. Hal ini penting, terutama dalam merealisasikan program-program yang dijalankan oleh masyarakat. Selain itu, penyuluh juga berkewajiban menyampaikan informasi hasil temuan lembaga penelitian yang dianjurkan dan disampaikan kepada masyarakat yang menjadi binaan. Lebih lanjut, penyuluh menyampaikan hasil penerapan teknologi yang dilakukan oleh masyarakat binaannya kepada lembaga penelitian sebagai bentuk umpan balik yang kemudian dijadikan bahan referensi lebih lanjut.

2.5 Komunikasi Penyuluhan

Penyuluhan pada hakekatnya merupakan suatu kegiatan pendidikan nonformal dalam rangka mengubah masyarakat menuju keadaan yang lebih baik. Menurut Nasution (1990:8), penyuluhan merupakan jenis khusus pendidikan pemecahan masalah (*problem solving*) yang berorientasi pada tindakan; yang mengajarkan sesuatu; mendemostrasikan; dan memotivasi tetapi tidak melakukan pengaturan (*regulating*) dan juga tidak melaksanakan program yang nonedukatif. Dalam melakukan penyuluhan, faktor penyampaian hal-hal yang akan disampaikan amatlah penting. Karena itu, penyuluhan menuntut dipersiapkannya dahulu suatu rancangan, yang secara terperinci dan spesifik menggambarkan hal-hal pokok seperti berikut ini yaitu, masalah yang sedang dihadapi, siapa yang disuluh, apa tujuan (*objectivities*) yang hendak dicapai dari setiap kegiatan penyuluhan, pengembangan pesan, metode dan saluran yang digunakan, dan sistem evaluasi telah terpasang di dalam rencana keseluruhan kegiatan dimaksud.

Sebelum melaksanakan komunikasi penyuluhan, ada beberapa faktor pendukung efektifitas komunikasi penyuluhan yang harus diperhatikan, diantaranya adalah metode penyuluhan, media penyuluhan, materi penyuluhan, waktu dan tempat penyuluhan. Dalam melaksanakan suatu penyuluhan, dukungan komunikasi sangatlah penting untuk meyakinkan masyarakat agar percaya, mau dan ikut serta dalam kegiatan penyuluhan tersebut. Dukungan komunikasi (*communication support*) adalah penggunaan yang terkoordinir dari berbagai metoda komunikasi untuk keperluan

pemusatan perhatian kepada, dan menawarkan suatu pemecahan terhadap suatu masalah tertentu. Apapun masalah atau subjek yang akan disuluhkan, satu hal yang pasti adalah senantiasa diperlukan keterampilan berkomunikasi untuk dapat menyuluhkan dengan baik. Keterampilan berkomunikasi ini merupakan bekal besar untuk menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Keterampilan ini antara lain menyangkut bagaimana menyampaikan pesan dengan jelas, dapat dimengerti oleh orang lain yang mendengarkan oleh kelompok sasaran.

Menurut Berlo (1997) seperti yang dikutip oleh Sugiyanto dalam bukunya *“Komunikasi Untuk Penyuluhan Pertanian”* (2021:7), faktor-faktor yang menentukan efektivitas keberhasilan komunikasi (juga dalam penyuluhan ditentukan oleh unsur-unsur yang berperan dalam komunikasi diantaranya:

- 1) Sumber; kemampuan sumber atau penyuluh dalam menyusun tujuan komunikasi/penyuluhan. Dalam hal ini sumber atau penyuluh harus merumuskan tujuan secara jelas dan tegas mengapa komunikasi penyuluhan komunikasi itu harus dilakukan.
- 2) Isi pesan/inovasi; dalam memberi pesan, sumber atau penyuluh harus jelas, tegas dan lengkap dan dimengerti oleh penerima. Seorang penyuluh juga harus memberi data yang valid sehingga dapat diterima oleh berbagai kalangan terlebih khusus kelompok sasaran.

- 3) Saluran/media; dalam hal pemilihan media, ada banyak hal yang harus diperhatikan seperti; saluran atau media harus diterima oleh masyarakat yang menjadi sasaran dan saluran media lebih ekonomis sesuai dengan kemampuan kelompok sasaran.
- 4) Ada sejumlah tahap yang harus ditempuh dalam menyusun rencana komunikasi untuk kegiatan penyuluhan adalah;
 - a) Menganalisis problem atau masalah yang dihadapi.
 - b) Merumuskan tujuan komunikasi.
 - c) Memilih media yang akan digunakan.
 - d) Menentukan pendekatan atau metode yang digunakan

2.6 Saluran/Media Komunikasi

Menurut Alo Liliweri (2011:40) saluran/media komunikasi merupakan sarana untuk mengangkut atau memindahkan pesan, dari pengirim kepada penerima. Dalam menciptakan efektivitas komunikasi memerlukan media atau saluran yang diselarasakan dengan kondisi khalayak. Oleh karena itu, pemilihan saluran atau media sangat penting agar pesan dapat diterima dan mendapatkan umpan balik. Dalam komunikasi penyuluhan, pemilihan media hendaknya disesuaikan dengan kemampuan, ekonomi dan keadaan lingkungan yang disuluh.

2.7 Pupuk Organik

Pupuk adalah kunci dari kesuburan tanah karena berisi satu atau lebih unsur untuk menggantikan unsur yang habis terisap tanaman. Jadi, memupuk berarti menambah unsur hara kedalam tanah dan tanaman. Pupuk merupakan meterial yang

ditambahkan pada media tanam atau tanaman untuk mecukupi kebutuhan hara yang diperlukan tanaman sehingga mampu berproduksi dengan baik (Dwicaksono, 2013). Menurut Handiuwito (2008) pupuk adalah bahan yang ditambahkan ke dalam tanah untuk menyediakan unsur-unsur esensial bagi pertumbuhan tanaman. Tindakan mempertahankan dan meningkatkan kesuburan tanah dengan penambahan dan pengembalian zat-zat hara secara buatan diperlukan agar produksi tanaman tetap normal atau meningkat. Tujuan penambahan zat-zat hara tersebut memungkinkan tercapainya keseimbangan antara unsur-unsur hara yang hilang baik yang terangkut oleh panen, erosi, dan pencucian lainnya. Tindakan pengembalian/penambahan zat-zat hara ke dalam tanah ini disebut pemupukan. Jenis pupuk yang digunakan harus sesuai kebutuhan, sehingga diperlukan metode diagnosis yang benar agar unsur hara yang ditambahkan hanya yang dibutuhkan oleh tanaman dan yang kurang didalam tanah (Sugiyanta, 2011).

Peraturan Pemerintah No. 8 Tahun 2001 tentang “Pupuk Budidaya Tanaman” mencantumkan 3 butir pertimbangan:

- a) Bahwa pupuk merupakan salah satu sarana produksi yang mempunyai peranan penting dalam peningkatan produksi dan mutu hasil budidaya tanaman;
- b) Bahwa untuk memenuhi standar mutu dan menjamin efektivitas pupuk, maka pupuk yang diproduksi harus berasal dari formula hasil rekayasa yang telah diuji mutu dan efektivitasnya;

- c) Bahwa sehubungan dengan hal tersebut diatas dan sebagai pelaksanaan dari Pasal 37 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1992 tentang “Sistem Budidaya Tanaman”, perlu mengatur pupuk budidaya tanaman dengan Peraturan pemerintah (Firmansyah. 2010).

Ada beberapa jenis pupuk yang bisa membantu mengembalikan unsur hara dalam tanah dan salah satunya pupuk organik. Pupuk organik, yaitu pupuk yang berasal dari sisa tanaman, hewan atau manusia seperti pupuk kandang, pupuk hijau dan kompos (humus) berbentuk cair maupun padatan yang antara lain dapat memperbaiki sifat fisik dan struktur tanah, dapat meningkatkan daya menahan air, kimia tanah, biologi tanah dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Untuk pupuk padatan mengandung bahan organik minimal 25%.
- b) Untuk pupuk cair mengandung senyawa organik minimal 10%.
- c) Pupuk padat mempunyai rasio C:N maksimal 15 (Firmansyah.2010).

Pupuk organik merupakan hasil akhir dan hasil antara dari perubahan atau peruraian bagian dari sisa tanaman dan hewan. Pupuk organik berasal dari bahan organik yang mengandung berbagai macam unsur, meskipun ditandai dengan adanya nitrogen dalam bentuk persenyawaan organik, sehingga mudah diserap oleh tanaman. Menurut peraturan mentan, No 2/Pert/HK.060/2/2006 Pupuk organik adalah pupuk yang sebagian besar atau seluruhnya terdiri atas bahan organik yang berasal dari sisa tanaman hewan yang telah mengalami rekayasa berbentuk padat atau cair yang

digunakan untuk memasok bahan organik, memiliki sifat fisik, kimia, dan biologi tanah.

Menurut Sumekto (2006) pupuk organik tidak meninggalkan sisa asam anorganik didalam tanah dan mempunyai kadar persenyawaan C-organik yang tinggi. Pupuk organik kebanyakan tersedia di alam (terjadi secara alamiah), misalnya kompos, pupuk kandang, pupuk hijau dan guano (Yuniwati,2012). Pupuk organik lebih ditunjukkan kepada kandungan bahan organik dari pada kadar haranya. Nilai C-organik itulah yang menjadi pembeda dengan pupuk organik (Dwicaksono, 2013).

Selain menambah unsur hara makro dan mikro di dalam tanah, pupuk organik ini pun terbukti sangat baik dalam memperbaiki struktur tanah pertanian. Pupuk organik tidak lain adalah bahan yang dihasilkan dari pelapukan sisa-sisa tanaman, hewan, dan manusia. Ada beberapa kelebihan dari pupuk organik ini sehingga ia sangat disukai petani, diantaranya ebagai berikut:

- a) Memperbaiki struktur tanah. Ini dapat terjadi karena organisme tanah saat penguraian bahan organik dalam pupuk bersifat sebagai perekat dan dapat mengikat butir-butir tanah menjadi butiran yang lebih besar.
- b) Menaikkan daya serap tanah terhadap air. Bahan organik memiliki daya serap yang besar terhadap air tanah. Itulah sebabnya pupuk organik sering berpengaruh positif terhadap hasil tanaman, terutama pada musim kering.
- c) Menaikkan kondisi kehidupan di dalam tanah. Hal ini terutama disebabkan oleh organisme dalam tanah yang memanfaatkan bahan organik sebagai makanan.

- d) Sebagai sumber zat makanan bagi tanaman. Pupuk organik mengandung zat makan yang lengkap meskipun kadarnya tidak setinggi pupuk anorganik (Lingga & Marsono, 2013).

2.7 Petani Desa

Banyak kalangan akademis sosial memberikan istilah “petani” yang beragam. Sosok petani mempunyai banyak sisi, sehingga berbagai kalangan memberi pandangan sesuai dengan ciri-ciri yang lebih dominan. Moore dalam bukunya *Social Origins of Dictatorship and Democracy and Peasant in the Making of the Modern World* (1966:243) mencatat tiga karakteristik petani, yaitu: subordinasi legal, kekhususan kultural, dan kepemilikan de facto atas tanah.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI:2020) petani merupakan orang yang pekerjaannya bercocok tanam. Petani sebagai unsur usaha tani memegang peranan yang penting dalam pemeliharaan tanaman atau ternak agar dapat tumbuh dengan baik, ia berperan sebagai pengelola usaha tani. Pertanian adalah suatu jenis kegiatan produksi yang berlandaskan pada proses pertumbuhan dari tumbuh-tumbuhan dan hewan.

Secara umum, pengertian petani adalah seseorang yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dari kegiatan usaha pertanian, baik berupa usaha pertanian di bidang tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan maupun perikanan. Wolf sebagaimana dikutip Teodor Shanin (1985:49) memberikan istilah *peasant* untuk petani yang bercirikan: penduduk yang secara eksistensial terlibat dalam

cocok tanam dan membuat keputusan otonom tentang proses cocok tanam. Dari aspek tempat tinggal, secara umum petani tinggal di daerah pedesaan, dan juga di daerah-daerah pinggiran kota. Pekerjaan pokok yang dilakukan untuk kelangsungan hidup mereka adalah di bidang pertanian. Umumnya pekerjaan petani terkait dengan penguasaan atau pemanfaatan lahan demi kelangsungan hidup mereka.

Mosher (1987:198) memberi batasan bahwa petani adalah manusia yang bekerja memelihara tanaman dan atau hewan untuk diambil manfaatnya guna menghasilkan pendapatan. Batasan petani menurut Departemen Pertanian Republik Indonesia adalah pelaku utama agribisnis, baik agribisnis monokultur maupun polikultur dari komoditas tanaman pangan, hortikultura, peternakan, perikanan dan atau komoditas perkebunan.

Menurut Sajogyo, (1999:87), ciri-ciri masyarakat petani sebagai berikut: 1) satuan keluarga (rumah tangga) petani adalah satuan dasar dalam masyarakat desa yang berdimensi ganda, 2) petani hidup dari usahatani, dengan mengolah tanah (lahan), 3) pola kebudayaan petani berciri tradisional dan khas, dan 4) petani menduduki posisi rendah dalam masyarakat, mereka adalah 'orang kecil' terhadap masyarakat di atas-desa bergantung seluruhnya atau sebagian kepada produksi yang subsisten.

Petani sebagai sosok individu memiliki karakteristik tersendiri secara individu yang dapat dilihat dari perilaku yang nampak dalam menjalankan kegiatan usaha tani. Undang Undang Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani dalam Pasal 1 ayat (3) menyatakan bahwa petani adalah warga negara Indonesia

perseorangan dan atau beserta keluarganya yang melakukan usaha tani di bidang tanaman pangan, hortikultura, perkebunan dan atau peternakan.