

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu telah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan maupun memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, ditemukan penelitian yang berhubungan dengan judul skripsi peneliti, antara lain:

##### **2.1.1. Dinamika Komunikasi Pada Kelompok Tani Komoditas Kopi.**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mufrida Irfayani pada tahun 2023, kopi adalah salah satu komoditas pertanian unggulan di Indonesia. Mutu kopi yang berkualitas sangat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, mulai dari pemilihan bibit, budidaya, proses panen, hingga tahap pasca panen. Karena kopi merupakan komoditas unggulan, informasi mengenai budidaya kopi memiliki nilai yang penting bagi petani kopi untuk meningkatkan hasil dan kualitas produksi mereka. Setiap petani memiliki karakteristik komunikasi, kebiasaan, dan perilaku yang berbeda dalam mengakses dan menyebarkan informasi di dalam komunitas mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika komunikasi yang terjadi di dalam kelompok tani dengan menganalisis struktur strategi komunikasi dan hubungan antar petani kopi dalam menerima dan mencari informasi guna memberdayakan kemampuan mereka. Metode penelitian ini menggunakan analisis strategi komunikasi dengan menggunakan teknik survey melalui kuesioner, yang kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan perangkat lunak UCINET. Lokasi penelitian ini

dipilih secara sengaja (purposive) di Kelompok Tani Ngudi Makmur di Dusun Maluwih, Desa Gesing, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Temanggung. Sebanyak 34 orang anggota kelompok tani menjadi responden dalam penelitian ini. Hasil analisis strategi kelompok tani menunjukkan bahwa dinamika komunikasi hanya terjadi dalam kelompok tertentu dan membentuk pola strategi komunikasi yang mirip dengan bentuk roda, di mana ketua kelompok tani menjadi aktor yang paling dominan (star), diikuti oleh pengurus kelompok tani lainnya yang berperan sebagai "bridge" dalam strategi komunikasi Kelompok Tani Ngudi Makmur.

#### **2.1.2. Strategi Komunikasi Informasi Harga dan Pemasaran Kopi Wulan Kecamatan Maesan Kabupaten Bondowoso.**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Erwinda pada tahun 2021, Kelompok Tani Kopi Wulan sangat bergantung pada informasi yang memadai dan sumber yang dapat dipercaya untuk mendapatkan harga yang layak untuk produk mereka. Interaksi yang terjadi antara petani Kopi Wulan membentuk suatu strategi komunikasi yang penting dalam memenuhi kebutuhan informasi terkait harga dan pemasaran produk mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif korelasional, dengan pengambilan sampel total sebanyak 30 responden. Analisis data menggunakan dua pendekatan, Analisis strategi komunikasi sosiometri (sosiogram) untuk menjawab tujuan pertama, yaitu untuk memahami bagaimana strategi komunikasi terbentuk di antara petani Kopi Wulan. Korelasi Rank Spearman digunakan untuk menjawab tujuan kedua, yang mencari hubungan antara faktor-faktor sosial ekonomi, seperti umur, luas lahan, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, dan lama berkelompok, dengan strategi komunikasi petani terkait harga dan pemasaran Kopi Wulan.

### **2.1.3. Upaya Pemberdayaan Petani Kopi Rakyat Melalui Pemeliharaan Strategi Penyediaan Air Bersih di Unit Pengolah Hulu Kopi di Kawasan Gunung Ijen.**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh S. Sony pada tahun 2016, di Indonesia, sebagian besar tanaman kopi dikelola oleh Perkebunan Rakyat (PR) yang mencakup luasan lahan seluas 1.217.506 hektar (96,15%), sedangkan Perkebunan Besar Negara (PBN) hanya mencakup 22.794 hektar (1,84%) dan Perkebunan Besar Swasta (PBS) mencakup sisanya sekitar 25.935 hektar (2,05%) (Anonim, 2010).

Kopi yang dihasilkan dari perkebunan rakyat umumnya memiliki mutu rendah, sehingga memerlukan penanganan lebih lanjut agar sesuai dengan standar ekspor yang berlaku. Rendahnya mutu kopi rakyat ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti budidaya tanaman, penanganan pasca panen, kebutuhan ekonomi, dan pengetahuan petani yang kurang memadai. Meskipun telah dilakukan berbagai upaya untuk meningkatkan mutu kopi pada tingkat petani, namun hingga saat ini hasilnya belum memenuhi harapan.

Hasil survei lapangan yang dilakukan di daerah perkebunan kopi rakyat di dataran tinggi Ijen-Raung, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur, menunjukkan bahwa beberapa unit pengolahan hasil (UPH) kopi arabika mulai mengalami peningkatan nilai tambah ekonomi melalui penerapan penanganan pasca panen dan pengolahan kopi. Proses ini dibantu oleh unit-unit mesin pengolahan kopi primer yang disediakan oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jatim.

#### **2.1.4. Pemberdayaan Masyarakat Petani Dalam Meningkatkan Hasil Panen Kopi Melalui Program Kelompok Tani (Studi Pada Kelompok Tani di Desa Muara Sindang Ilir Kecamatan Sindang Danau Kabupaten Oku Selatan).**

Penelitian ini dibuat Dyah Hapsari Eko (2022), memiliki OKU Selatan yang sangat relevan dengan permasalahan di bidang pertanian kopi dan pemberdayaan masyarakat petani. Penelitian ini tampaknya memiliki tujuan yang jelas, yaitu untuk memahami bentuk pemberdayaan yang diberikan kepada masyarakat petani dalam upaya meningkatkan hasil panen kopi, serta mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program pemberdayaan tersebut.

Metode penelitian yang Anda gunakan, yaitu metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, sesuai dengan sifat penelitian yang bersifat eksploratif untuk memahami proses dan dampak dari program pemberdayaan yang dilakukan oleh kelompok tani.

Hasil penelitian Dyah Hapsari Eko (2022) menunjukkan bahwa program pemberdayaan yang telah dijalankan oleh kelompok tani di Desa Muara Sindang Ilir tampaknya telah memenuhi kebutuhan petani, namun, ada beberapa kendala yang dihadapi, seperti kurangnya koordinasi, perbedaan pendapat, kesadaran petani yang rendah, dan kurangnya minat petani desa. Informasi ini dapat menjadi landasan yang kuat untuk mengembangkan dan meningkatkan efektivitas program pemberdayaan yang lebih baik di masa depan.

Dengan demikian, penelitian Anda memiliki potensi untuk memberikan kontribusi penting dalam pengembangan strategi pemberdayaan masyarakat petani kopi di wilayah tersebut dan bisa menjadi referensi yang berguna bagi pengambil

kebijakan, peneliti lain, dan praktisi pertanian dalam upaya meningkatkan hasil panen kopi dan kesejahteraan petani.

**Tabel 2.1**  
**Matrix Penelitian Terdahulu**

No	Judul dan Peneliti	Metode	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
1	Dinamika komunikasi pada kelompok tani komoditas kopi. <b>Peneliti:</b> Mufrida Irfayani, Dr. Rajiyem, S.I.P, M.Si.; Dr. Rahayu, S.I.P., M.Si., M.A; Dr. Widodo Agus S, M.Si.	Deskriptif kualitatif	Menganalisis dinamika komunikasi yang terjadi di dalam kelompok tani dengan menganalisis struktur strategi komunikasi dan hubungan antar petani kopi dalam menerima dan mencari informasi guna memberdayakan kemampuan mereka.	Strategi komunikasi antara petani kopi	Strategi kelompok tani menunjukkan bahwa dinamika komunikasi hanya terjadi dalam kelompok tertentu dan membentuk pola strategi komunikasi yang mirip dengan bentuk roda, di mana ketua kelompok tani menjadi aktor yang paling dominan (star).
2	Strategi Komunikasi Informasi Harga dan Pemasaran Kopi Wulan Kecamatan Maesan Kabupaten Bondowoso <b>Peneliti:</b> Erwinda Dwi Diana 2021	Deskriptif kualitatif	Menganalisis strategi komunikasi sosiometri (sosiogram) untuk menjawab tujuan pertama, yaitu untuk memahami bagaimana strategi komunikasi terbentuk di antara petani Kopi Wulan.	Strategi komunikasi antara petani kopi	Kelompok Tani Kopi Wulan sangat bergantung pada informasi yang memadai dan sumber yang dapat dipercaya untuk mendapatkan harga yang layak untuk produk mereka

3	<p>Upaya Pemberdayaan Petani Kopi Rakyat Melalui Pemeliharaan Strategi Penyediaan Air Bersih Di Unit Pengolahan Hulu Kopi Di Kawasan Gunung Ijen.</p> <p><b>Peneliti:</b> Suwasono, Sony. Dr. Ir. M.App.Sc. Bowo, Cahyoadi. Dr. Ir.</p>	Deskriptif kualitatif	Menganalisis Kualitas Kopi dan telah dilakukan berbagai upaya untuk meningkatkan mutu kopi pada tingkat petani, namun hingga saat ini hasilnya belum memenuhi harapan.	Meningkatkan Kualitas Kopi pada Petani kopi	Menunjukkan bahwa beberapa unit pengolahan hasil (UPH) kopi arabika mulai mengalami peningkatan nilai tambah ekonomi melalui penerapan penanganan pasca panen dan pengolahan kopi.
4	<p>Pemberdayaan Masyarakat Petani Dalam Meningkatkan Hasil Panen Kopi Melalui Program Kelompok Tani.</p>	Deskriptif kualitatif	Menganalisis untuk memahami bentuk pemberdayaan yang diberikan kepada masyarakat petani dalam upaya meningkatkan hasil panen kopi.	Meningkatkan Hasil Panen Kopi Melalui Program Kelompok Tani	Menunjukkan bahwa program pemberdayaan yang telah dijalankan oleh kelompok tani di Desa Muara Sindang Ilir tampaknya telah memenuhi kebutuhan petani, namun, ada beberapa kendala yang dihadapi, seperti kurangnya koordinasi, perbedaan pendapat, kesadaran petani yang rendah, dan kurangnya minat petani

					desa. Informasi ini dapat menjadi landasan yang kuat untuk mengembangkan dan meningkatkan efektivitas program pemberdayaan yang lebih baik di masa depan.
--	--	--	--	--	---

## 2.2. Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial yang berhubungan dengan manusia yang lainnya. Jika ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Banyak yang menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi kehidupan bermasyarakat.

Sebuah definisi yang dibuat oleh pakar ilmu komunikasi adalah suatu interaksi, proses simbolik yang menghendaki orang. Orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia, melalui pertukaran informasi untuk mengubah tingkah laku dan berusaha merubah tingkah laku itu.

Dikutip dari Rogers dan Kincaid dalam (Cangara, 2009:20) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut dengan *communication*, berasal dari kata *communication* atau dari kata *communis* yang berarti sama atau sama makna atau pengertian bersama, dengan maksud untuk merubah sikap, perilaku, pikiran, penerima, dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator. (Widjaja, 2010:8)

Berdasarkan definisi Laswell dalam (Mulyana, 2007:69) menyatakan bahwa terdapat lima unsur komunikasi yang saling berhubungan satu sama lain, pertama yaitu sumber (*source*) sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*), atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan sumber kepada penerima. Saluran atau media yakni alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima, lalu penerima adalah orang yang menerima pesan dari sumber.

### **2.2.1. Fungsi Komunikasi**

Fungsi-fungsi komunikasi bisa ditelusuri dari tipe-tipe komunikasi itu sendiri yaitu:

- a. Komunikasi Intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri), berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami, dan mengendalikan diri
- b. Komunikasi Interpersonal (komunikasi antar pribadi), berfungsi untuk meningkatkan hubungan manusia, menghindari dan mengatasi konflik pribadi.
- c. Komunikasi Publik, berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan, mempengaruhi orang lain, memberi informasi.
- d. Komunikasi Massa, berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan dikatakan hidup seseorang.



### 2.2.2. Hambatan Komunikasi

Tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Bahkan beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkinlah seseorang melakukan komunikasi yang sebenarnya efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi. Berikut ini adalah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator kalau ingin komunikasinya sukses (Effendy, 2008).

Hambatan komunikasi menurut Effendy dalam buku Ilmu, Teori, dan Filsafat komunikasi (Effendy, 2003:45), sebagai berikut :

- a. Gangguan (Noise) ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik.
- b. Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sebagai contoh ialah gangguan suara ganda (interferensi) pada pesawat radio, gambar meliuk-liuk atau berubah-ubah pada layar televisi, huruf yang tidak jelas, jalur huruf yang hilang atau terbalik atau halaman yang sobek pada surat kabar.
- c. Gangguan semantik adalah jenis gangguan yang bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik ini tersaring kedalam pesan istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, maka akan lebih banyak gangguan semantik dalam pesannya. Gangguan semantik terjadi dalam salah pengertian.

- d. Kepentingan, kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.
- e. Motivasi terpendam, motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasinya.
- f. Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan terberat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi.

### **2.3. Strategi Komunikasi**

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Dilain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Dimensi-Dimensi Komunikasi," strategi komunikasi adalah panduan yang menggabungkan

perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communications management) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus mampu menggambarkan secara praktis bagaimana operasionalnya akan dilaksanakan. Dengan kata lain, pendekatan yang digunakan dalam strategi komunikasi dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada.

### **2.3.1. Ruang Lingkup Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi terdiri dari beberapa aspek, dalam bentuk makro dan mikro. Dalam bentuk tersebut mempunyai fungsi yang sama :

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal adalah salah satu fungsi utama dari strategi komunikasi. Tujuan utama adalah untuk memberikan informasi yang akurat, meyakinkan audiens, dan memberikan panduan atau instruksi yang diperlukan. Dengan pendekatan yang sistematis, pesan komunikasi dapat mencapai tujuan yang ditetapkan dengan lebih efektif.
- b. Menjembatani "cultural gap" akibat kemudahan diperoleh dan dioperasionalkan media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya adalah salah satu peran penting strategi komunikasi. Dalam era media massa yang sangat kuat, pesan-pesan dari luar dapat mempengaruhi budaya lokal dengan cepat. Strategi komunikasi dapat digunakan untuk memahami budaya setempat dan memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa menghormati dan menjaga

nilai-nilai budaya yang ada. Ini membantu dalam menjaga identitas budaya dan mencegah potensi kerusakan budaya akibat globalisasi media massa yang tidak terkontrol.

Menurut Anwar Arifin dalam bukunya "Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas," ada tiga faktor utama yang menjadi tolak ukur keberhasilan strategi komunikasi:

### **2.3.2. Perumusan Strategi Komunikasi**

#### **a. Mengenal Khalayak**

Khalayak tidak hanya pasif, tetapi juga aktif dalam proses komunikasi. Ini berarti bahwa hubungan antara komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan) tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga saling mempengaruhi. Khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator, dan sebaliknya. Oleh karena itu, penting untuk memahami karakteristik, kebutuhan, dan sikap khalayak dalam merancang strategi komunikasi yang efektif.

#### **b. Menentukan Pesan**

Dalam memengaruhi khalayak, pesan memiliki peran penting. Pesan harus dapat membangkitkan perhatian khalayak dan menarik mereka untuk berinteraksi lebih lanjut dengan pesan tersebut. Konsep ini sesuai dengan prosedur "From Attention To Action," yang menggambarkan bagaimana pesan harus mampu menarik perhatian khalayak hingga mereka melakukan tindakan yang diharapkan setelah menerima pesan tersebut. membangkitkan suatu perhatian. Agar membangkitkan semangat seseorang dalam melakukan

kegiatan sesuai tujuan yang dirumuskan. Selain AA. Procedure, dikenal pula rumus klasik AIDDA yang juga dikenal dengan adoption process, yaitu Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action. Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (attention), kemudian menimbulkan minat dan kepentingan (interest), sehingga banyak memiliki hasrat (desire), untuk menerima keputusan untuk mengamalkan dalam tindakan (action).

c. Penggunaan media

Media komunikasi merupakan alat yang digunakan untuk mempermudah dalam menyampaikan sebuah informasi kepada khalayak, media komunikasi memiliki beberapa jenis dan kegunaan dari media itu juga berbeda-beda ada media cetak, tulis maupun media elektronik.

### **2.3.3. Faktor Penghambat Strategi Komunikasi**

Dalam sebuah penyampaian pesan terhadap komunika tentu akan ada proses dan cara yang berbeda beda, dalam penyampaian pesan ataupun informasi pasti akan ada faktor penghambat yang dilalui dalam penyampaiannya, dan sebuah kesalahan pemahaman yang dilakukan Ada beberapa empat macam hambatan yang dapat mengganggu dalam sistem komunikasi tersebut, yaitu:

1. Hambatan dalam proses penyampaian

Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunika. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi, dikarenakan faktor- faktor, feedbacknya (hasil tidak tercapai), medium barrier (media atau alat dipergunakan

kurang tepat) dan decoding barrier (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).

2. Hambatan secara fisik (*physical barrier*)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada system pengeras suara ( sound system) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah / seminar pertemuan, dll. Hal ini dapat membuat pesan – pesan tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikannya

3. Hambatan semantic (*semantic barrier*)

Hambatan segi semantik ( bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

4. Hambatan psiko-sosial (*phsycosocial barrier*)

Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adatistiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan,kebutuhan serta harapan-harapandari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda. Misalnya, seorang komunikator (pembicara) menyampaikan kata “momok“ yang dalam kamus besar bahasa Indonesia sudah benar. akan tetapi, kata tersebut dalam bahasa berkonotasi kurang baik.

Jika kata tersebut diucapkan pada pidato atau kata sambutan dalam sebuah acara formal maka citra yang bersangkutan (komunikator) dapat turun karena adanya salah pengertian bahasa.

#### **2.4. Komunikasi Kelompok**

Dari pengertian komunikasi sebagaimana diuraikan diatas, tampak adanya sejumlah komponen dan unsur yang dicakup dan merupakan persyaratan terjadinya komunikasi . Dalam bahasa komunikasi komponen atau unsur adalah sebagai berikut:

##### **a. Sumber**

Sumber adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku, ide, peristiwa, pengalaman dan sejenisnya.

##### **b. Komunikator**

Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televise, film dan sebagainya. Dalam komunikator menyampaikan pesan kadang-kadang komunikator dapat menjadi komunikasi sebaliknya komunikasi menjadi komunikator.

##### **c. Pesan**

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi,

nasehat atau propaganda. Dalam Bahasa Inggrisnya pesan biasanya di terjemahkan dengan kata *message, context* atau *information*.

## **2.5. Kelompok Tani Kopi di Buay Pemaca OKU Selatan**

Kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomi cukup tinggi. Kopi berasal dari Afrika, yaitu daerah pengunungan di Etiopia. Kopi dikenal dengan 2 jenis, yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta, kadar kafein pada kopi Robusta sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan kopi Arabika. Biji kopi Robusta menghasilkan kopi dengan cita rasa lebih pekat dan kuat sedangkan biji kopi Arabika memiliki cita rasa yang segar, lembut dan sensitif buah. Kopi adalah tahunan yang bisa mencapai usia produktif hingga 20 tahun. Kopi merupakan perkebunan yang paling banyak di perdagangkan, selain dari biji buahnya yang bisa dimanfaatkan sebagai minuman dari hasil seduhan biji kopi yang sudah disangrai dan dihaluskan menjadikan bubuk, Tanaman kopi mengatasi penyakit seperti tekanan darah tinggi dan melancarkan pernafasan. Kopi di buay Pemaca OKU Selatan banyak sekali petani yang menanam tanaman kopi dan menjadi sumber pendapatan di daerah tersebut, karena kopi juga banyak di senangi oleh kalangan pencinta kopi di daerah tersebut.

Banyak banyak petani di desa Pemaca OKU Selatan membudidayakan tanaman kopi untuk pendapatan di daerah tersebut, karena daerah tersebut cukup untuk tanaman kopi untuk tumbuh dan memudidayakan tanaman kopi di daerah Pemaca OKU Selatan.



## 2.6. Teori Perencanaan

Perencanaan komunikasi (communication planning) awalnya muncul dari konflik kepentingan antara negara-negara sedang berkembang dan negara-negara maju yang memuncak pada tahun 1970-an. Perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas tugas yang dibebankan oleh organisasi menurut.

Pokok-pokok pikiran yang ada di dalam perencanaan komunikasi, yaitu perencanaan komunikasi sebagai usaha yang disengaja, perencanaan komunikasi dibuat dalam bentuk dokumen tertulis, perencanaan komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan dan seni komunikasi, merupakan aktivitas manusia yang disusun secara sistematis dan berkelanjutan dari suatu proses ke proses selanjutnya, memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu, untuk mencapai tujuan itu perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya, perencanaan komunikasi menggunakan unsur-unsur komunikasi yang mencakup sumber, serta perencanaan komunikasi memerlukan pengukuran hasil dan evaluasi.

Perencanaan komunikasi ialah sebuah dokumen tertulis yang harus menjawab apa yang ingin dicapai, kenapa kita menginginkan ada hasil yang di peroleh, siapa yang menjadi target sasaran, apa yang menjadi kata kunci pada pesanyang akan dibawakan, siapa yang akan menjadi aktor dalam penyampaian pesan dan bagaimana cara menentukannya, cara apa yang digunakan untuk mencapai

keinginan, bagaimana tipe saluran komunikasi yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan, kapan waktu yang tepat untuk menyampaikan setiap pesan, bagaimana mengukur dan mengevaluasi hasil dari program yang dijalankan.

Tipe perencanaan komunikasi dalam (Cangara, 2014), yaitu:

1. Perencanaan komunikasi strategi, ialah perencanaan komunikasi yang mengacu pada kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan alternatif dalam mencapai tujuan jangka panjang, serta menjadi kerangka dasar untuk perencanaan operasional jangka pendek. Perencanaan strategi diwujudkan dalam target yang dapat dikuantifikasi dengan pendekatan yang sistematis terhadap tujuan yang ingin dicapai menurut kebijaksanaan komunikasi
2. Perencanaan komunikasi operasional, ialah perencanaan yang memerlukan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk pencapaian tujuan. Perencanaan komunikasi operasional dibagi menjadi perencanaan infrastruktur komunikasi dan perencanaan program komunikasi.

Pendekatan dalam perencanaan komunikasi ada dua, yaitu:

1. Pendekatan perencanaan rasional menyeluruh, ialah pendekatan perencanaan yang dilandasi suatu kebijaksanaan umum yang merumuskan tujuan yang ingin dicapai sebagai suatu kesatuan, didasari oleh seperangkat spesifikasi tujuan yang lengkap menyeluruh dan terpadu, peramalan yang tepat serta ditunjang oleh sistem informasi.
2. Pendekatan perencanaan terpilih, ialah pendekatan perencanaan yang mempertimbangkan bagian-bagaian kebijaksanaan umum yang berkaitan langsung dengan unsur atau subsistem yang diprioritaskan, pendekatan

perencanaan terpilih dalam pelaksanaannya lebih mudah dan realistis.

Pendekatan teori yang sangat diperlukan dalam perencanaan komunikasi menurut Jhon dalam buku (Cangara, 2014) yaitu teori pembangunan, teori sosiologi, teori komunikasi dan teori organisasi. Hakikat perencanaan komunikasi dapat dilihat dalam konteks seperti perencanaan komunikasi sebagai proses, perencanaan komunikasi sebagai sistem, perencanaan komunikasi sebagai alih teknologi, perencanaan komunikasi sebagai aktivitas ekonomi, perencanaan komunikasi sebagai evaluasi.

## **2.7. Kerangka Pemikiran**

komunikasi sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama, untuk melakukan komunikasi informasi secara sadar dengan tujuan membantu sesamanya memberikan pendapat sehingga bisa membuat keputusan yang benar, dalam meningkatkan kualitas kopi dengan perencanaan komunikasi akan membantu masalah-masalah yang ada pada penelitian.

Strategi komunikasi adalah perencanaan dalam menyampaikan pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi, strategi komunikasi digunakan sebagai suatu rancangan dari semua elemen komunikasi untuk mencapai sebuah tujuan yang optimal. Perencanaan komunikasi dalam meningkatkan kualitas kopi ini digunakan agar kualitas yang didapatkan lebih maksimal tidak monoton pada pengetahuan tradisional dan ide-ide lama yang tidak berkembang.

Dengan adanya komunikasi efektif seperti komunikasi informasi yang menghasilkan pengertian, informasi yang mempengaruhi sikap, menghasilkan

hubungan sosial yang lebih baik, dan menghasilkan tindakan nyata dalam meningkatkan kualitas kopi akan menjadi efektif dan dianggap berhasil dalam perubahan demi terwujudnya kualitas kopi yang lebih baik di desa Kotaway

Setelah melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Kelompok Tani Kopi Dalam Meningkatkan Kualitas Kopi di Desa Kotaway Kec. Buay Pemaca Oku Selatan” yang menggunakan teori perencanaan komunikasi dalam perencanaan strategi dan operasional dengan pesan inovasi yang disampaikan melalui komunikasi yang efektif, apakah dapat meningkatkan kualitas kopi Desa Kotaway Kec. Buay Pemaca Oku Selatan.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut:

