

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil peneliti sebagai bahan kajian untuk mencari inspirasi dan perbandingan dalam melakukan penelitiannya dari hasil penelitian terdahulu. Dalam penelitian terdahulu, ditemukan penelitian yang berhubungan dengan judul skripsi peneliti, antara lain:

Pertama, dalam jurnal komunikasi yang berjudul “Strategi Komunikasi Petugas Penyuluhan Pertanian Dalam Meningkatkan Hasil Komoditas Tanaman Padi Pada Kelompok Tani Purwa Jaya Desa Sebakung Jaya Kecamatan Babulu Kabupaten Penajam Paser Utara”. Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data yang disajikan melalui observasi dan wawancara menggunakan data primer dan data sekunder, Kemudian teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan model interaktif dari Matthew B. Miles, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana Dengan langkah pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, kemudian teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan komuntasi(Khusna et al., 2018).

Hasil penelitian ini mengemukakan elemen strategi komunikasi dilihat dari peran dari petugas penyuluh pertanian yaitu komunikator disini yang bertugas menjadi komunikator adalah Penyuluh Pertanian yang didalamnya membahas perannya yairu edukator, fasilitator, mediator, dan motivator. Selain itu elemen

komunikasi selanjutnya pesan, media, komunikasi, dan efek. Didalam penelitian masih belum tepenuhinya aspek-aspek yang mencakup diatas, dibuktikan dengan efek yang didapatkan dari kelompok tani yang masih belum bekerja sama satu dengan yang lainnya, masih kurangnya pemahaman yang diterima oleh kelompok tani, dan dalam komunikasi terbentuk one way traffic.

Kedua, dalam jurnal komunikasi yang berjudul “Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Hindu Di Era Transformasi Digital”. Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan mengeksplorasi fenomena, aktifitas sosial, sikap, persepsi, kepercayaan, dan pemikiran orang lain yang terdapat dalam penelitian secara mendalam. Pengumpulan data dalam artikel ini menggunakan tiga cara yaitu pertama wawancara dengan penyuluh agama Hindu yang dijadikan sampel, kedua observasi non partisipan peneliti tidak terlibat langsung hanya sebagai pengamat, dan yang ketiga dokumentasi yaitu mencari dokumentasi kegiatan penyuluhan agama Hindu dalam media sosial. Teknik analisis data yang digunakan dalam artikel ini dengan sistem kerja secara bertahap dari mengklarifikasi, menginterpretasi, dan menarik kesimpulan. Data yang terkumpul diolah dengan cara memilih serta menganalisis dan dituangkan dalam bentuk laporan lapangan (Ariyoga, 2022)

Ketiga, dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Komunikasi Penyuluhan Terhadap Motivasi Kerja Petani Padi Sawah Di Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi penyuluhan kaitannya terhadap motivasi kerja petani padi sawah di Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango. Penelitian ini

dilakukan di Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango dari bulan November sampai dengan bulan Desember 2021. Jenis penelitian yang digunakan adalah survey dengan jumlah sampel sebanyak 14 penyuluh pertanian dengan menggunakan teknik purposive sampling dan petani sebanyak 41 orang dengan teknik penetapan sampel menggunakan rumus slovin. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis SWOT (Mantali et al., 2018).

Hasil penelitian menunjukkan strategi yang dapat di terapkan di daerah penelitian untuk meningkatkan motivasi kerja petani padi sawah artinya yaitu fokus strategi yang harus di lakukn petani yaitu mengoptimalkan kelemahan untuk menghindari berbagai ancaman yaitu dengan menggiatkan kembali gakpotan, mengoptimalkan kelemahan penggunaan pupuk dengan dosis yang tepat dan mengoptimalkan sumber pengairan irigasi untuk mengatasi persoalan musim hujan, mengoptimalkan luas lahan yang sempit dan meningkatkan kerja sama penyuluh dengan gabungan kelompok tani untuk mengatasi persoalan serangan hama dan penyakit.

Keempat, dalam jurnal yang berjudul “Peranan penyuluh pertanian dalam mendukung keberlanjutan Agribisnis petani muda di Kabupaten Majalengka” metode penelitian yang digunakan adalah Pendekatan kuantitatif yang didukung data kualitatif dengan menggunakan teknik analisis statistic deskriptif dan regresi berganda (Anwarudin et al., 2020). Hasil penelitian Dapat disimpulkan bahwa tingkat peranan penyuluh pertanian, factor eksternal, kapasitas kewirausahaan dan potensi keberlanjutan agribisnis petani muda masih berada pada kategori rendah.

Tabel. 2.1. Matrik Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Metode	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
1	Strategi komunikasi petugas penyuluhan pertanian dalam meningkatkan hasil komoditas tanaman padi pada kelompok tani purwa jaya desa sebakung jaya kecamatan babulu kabupaten penajam paser utara	Aninun Ni'matul khusna, Endang Erawan, Annisa Wahyuni Arsyad.	Metode deskriptif kualitatif	Menggunakan model interaktif dari Matthew B. Miles, A	Metode deskriptif kualitatif, fokus penelitian terhadap strategi penyuluh.	Terbentuknya program-program dalam mencapai tujuan penelitian yaitu untuk membantu kegiatan pemerintah.
2	Strategi komunikasi penyuluh agama hindu di era transformasi digital	I Nyoman Ariyoga	Metode deskriptif kualitatif	Tujuannya lebih mengeksplorasi fenomena	Metode deskriptif kualitatif, strategi penyuluh. Teknik pengumpulan data.	memberikan pengetahuan dan bimbingan bagi masyarakat yang menjadi subjeknya. Dalam hal ini penyuluh media sosial mempunyai fungsi untuk memberikan informasi yang ingin disampaikan.
3	Strategi pengembangan komunikasi penyuluhan terhadap motivasi kerja petani padi sawah di kecamatan tilongkabila kabupaten bone bolanco	Nurlaila mantali, Amir halid, Supriyo imran	Jenis penelitian survey dengan teknik purposive sampling dan analisis SWOT	Analisis SWOT	Menggunakan teknik purposive sampling	Terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang telah diidentifikasi dalam menyusun strategi peningkatan motivasi kerja

						petani padi sawah
4	Peranan penyuluh pertanian dalam mendukung keberlanjutan Agribisnis petani muda di Kabupaten Majalengka	Oeng Anwarudin, Sumaerdjo, Arif Satria, Anna Fatchiya	Pendekatan kuantitatif yang didukung data juakitatif	Metode yang digunakan kuantitatif	Sama-sama menganalisis penyuluh petani	Dapat disimpulkan bahwa tingkat peranan penyuluh pertanian, factor eksternal, kapasitas kewirausahaan dan potensi keberlanjutan agribisnis petani muda masih berada pada kategori rendah.

2.2 Komunikasi

Komunikasi (Suprpto, 2011) dalam bahasa inggris ialah *communication* berasal dari bahasa latin *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Jadi, secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan). Menurut (Laswell) komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa. Komunikasi adalah proses dimana seseorang individu atau komunikator mengoperkan stimulant biasanya dengan lambang-lambang bahasa (verbal maupun non verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain (Carl I.Hovland). Menurut (Charles H. Cooley) komunikasi berarti suatu mekanisme suatu hubungan antar manusia dilakukan dengan mengartikan symbol secara lisan membacanya melalui ruang dan menyimpan dalam waktu.

Berikut pengertian utama komunikasi:

1. Secara Etimologis, komunikasi dipelajari menurut asal-usul kata, yaitu komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicatio*” dan perkataan ini bersumber pada kata “*comminis*” yang berarti sama makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan.
2. Secara Terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.
3. Secara Paradigmatis, komunikasi berartipola yang meliputi sejumlah komponen berkorelasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Dalam proses komunikasi terdapat sebuah unsur, konsep, proses, dan tujuan yang mesti dipahami dalam berkomunikasi karena komunikasi adalah proses pemindahan pesan dari komunikator kepada komunikan. Oleh karena itu dalam proses komunikasi menciptakan pemahaman satu sama lain terkait komunikasi yang sedang dibahas. Dimana pelaku komunikasi bereaksi dan beraksi sebagai satu kesatuan dan keseluruhan.

2.2.1. Unsur-unsur dasar Komunikasi

Komunikasi telah kita definisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia. Dari definisi buku(Daryanto, 2010)ini terlihat bahwa untuk dapat terjadi proses komunikasi minimal terdiri dari tunsur-unsur utama yaitu:

1. Pengirim pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan), Pengirim pesan yang dimaksud di sini adalah manusia yang mengambil inisiatif

dalam berkomunikasi. Dalam bahasan ini, kita sebut komunikator. Pesan disampaikan komunikator untuk untuk mewujudkan motif komunikasi. Karena itu, komunikator kita definisikan sebagai manusia berakal budi yang berinisiatif menyampaikan pesan untuk mewujudkan motif komunikasinya.

Dilihat dari jumlahnya, komunikator dapat terdiri dari satu orang, banyak orang dalam pengertian lebih dari satu orang, dan massa. Dalam komunikasi yang dinamis, peran ini saling dipertukarkan. Karena itu, uraian tentang komunikator juga berlaku pada unsur komunikan, bahwa komunikan dapat terdiri dari satu orang, banyak orang (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi), dan massa. Jadi, dilihat dari jumlah komunikator dan komunikannya maka proses komunikasi dapat terjadi dalam sembilan kemungkinan, yaitu:

- 1) Antara satu orang dan satu orang (saya dan anda)
- 2) Antara satu orang an bannyak orang (saya dan satu kelas siswa)
- 3) Antara satu orang dan massa (saya bertindak selaku komunikator massa yang menyampaikan pesan melalui media massa).
- 4) Antara banyak orang dan satu orang (sekelompok siswa berbicara kepada saya)
- 5) Antara banyak orang dan banyak orang (sekelompok siswa dan kelompok lainnya)

- 6) Antara banyak orang dan massa (sekelompok polisi mencanangkan antikorupsi, menyampaikan pesan melalui media massa)
- 7) Antara massa dan satu orang (khalayak pembaca media massa mempertanyakan pernyataan saya di media massa)
- 8) Antara massa dan banyak orang (khalayak media massa mempertanyakan sikap sekelompok polisi yang katanya anti korupsi)
- 9) Antara massa dan massa (sebagian khalayak massa pembaca suatu majalah yang setuju atas suatu pemberitaan, sementara sebagian khalayak lainnya tidak setuju atas pemuatan berita di majalah itu).

Komunikan juga disebut penerima. Dalam konteks komunikasi massa, komunikasi lazim disebut khalayak, tujuan (*destination*), pemirsa, pendengar, pembaca, target sasaran. Dalam komunikasi, pemasaran disebut target pasar atau target konsumen. Sebagian buku lain menyebutkan bahwa penerima adalah *decoder*. Dalam hal ini, *decoder* tidak diartikan sebagai manusia kepada siapa pesan komunikator ditujukan, tetapi merupakan alat penyandi balik. Adapun *decoding* adalah proses penyandian balik, yang disandibalikan adalah pesan.

2. Pesan, pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal

budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak gerik, bahasa tulisan. Apabila pesan bersifat abstrak, komunikasi anda tidak akan tahu apa yang ada di dalam benak anda sampai anda mewujudkannya dalam salah satu bentuk atau kombinasi lambang-lambang komunikasi ini. Karena itu, lambang komunikasi disebut juga bentuk pesan, yakni wujud konkret dari pesan. Halo tersebut berfungsi mewujudkan pesan yang abstrak menjadi konkret. Suara, mimik, dan gerak-gerik lazim digolongkan dalam pesan non verbal, sedangkan bahasa lisan dan bahasa tulisan dikelompokkan dalam pesan verbal.

Selain bentuk pesan, pemahaman atas makna pesan dan penyajian pesan juga penting untuk dikaji. Makna pesan terkait dengan makna denotatif, yakni makna formal yang biasanya tertera sebagaimana di kamus, sedangkan makna konotatif terkait dengan konotasi dari lambang komunikasi yang digunakan.

Selain itu, cara penyajian dan teknik penyajian pesan juga merupakan sesuatu yang mutlak diperhatikan agar komunikasi berlangsung efektif.

1) Saluran Komunikasi dan Media Komunikasi

Saluran komunikasi (Daryanto, 2010) adalah jalan yang dilalui pesan komunikator untuk sampai ke komunikannya. Terdapat dua jalan agar pesan komunikator sampai ke komunikannya, yaitu tanpa media (*non mediated communication* yang berlangsung *face-to-face*, tatap muka) atau dengan media. Media yang dimaksud disini adalah media komunikasi. Media

merupakan bentuk jamak dari medium. Medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi.

2) Efek Komunikasi

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga pengaruh dalam diri komunikan, yaitu *kognitif* (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), *efektif* (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan *konatif* (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu) (Daryanto, 2010)

Umumnya, kita mengenal tiga bidang studi utama di bawah program studi ilmu komunikasi, yaitu periklanan, kehumasan, dan jurnalistik. Ilmu komunikasi, sebagaimana diutarakan, mempelajari penyampaian pesan antarmanusia. Bagaimana cara menyampaikan pesan agar ide, barang, atau jasa yang dijual laku sebanyak-banyaknya. Hal tersebut dipelajari dalam bidang studi periklanan/advertising. Bagaimana cara menyampaikan pesan agar publik internal maupun eksternal memberikan dukungan yang positif dan terus-menerus kepada organisasi, hal ini dipelajari dalam bidang studi *human relations*. Bagaimana cara menyampaikan pesan melalui media

massa agar dipahami sebagaimana adanya, hal tersebut dipelajari dalam bidang studi jurnalistik.

3) Umpan Balik

Umpan balik(Daryanto, 2010) dapat kita maknai sebagai jawaban komunikasi atas pesan komunikator yang disampaikan kepadanya. Dalam komunikasi yang dinamis, sebagaimana diutarakan, komunikator dan komunikasi terus menerus saling bertukar peran. Karenanya, umpan balik pada dasarnya adalah pesan juga, yakni ketika komunikasi berperan sebagai komunikator-komunikator. Dalam hal ini membedakan saluran komunikasi dengan media komunikasi.

2.2.2. Fungsi Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, maka Harold D.Lasswell mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain, manusia dapat mengontrol lingkungannya, beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, serta melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.(Cangara, 2014)Komunikasi juga berfungsi menjadi jembatan hubungan antarmanusia dalam bermasyarakat. Fungsi lain komunikasi dilihat dari aspek kesehatan, ternyata kalangan dokter jiwa (psikiater) menilai bahwa orang yang kurang berkomunikasi dalam arti terisolasi dari masyarakatnya mudah kena gangguan kejiwaan (depresi, kurang percaya diri) dan kanker sehingga memiliki kecenderungan cepat mati dibanding dengan orang yang senang berkomunikasi. Fungsi-fungsi komunikasi juga bisa ditelusuri dari tipe komunikasi itu sendiri, yakni komunikasi dengan diri

sendiri (*intrapersonal communication*), komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi publik, dan komunikasi massa.

Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan. Melalui komunikasi dengan diri sendiri, orang dapat berpikir dan mengendalikan diri bahwa apa yang ingin dilakukan mungkin saja tidak menyenangkan orang lain. Jadi komunikasi dengan diri sendiri dapat meningkatkan kematangan berpikir sebelum menarik keputusan. Ia merupakan proses internal yang dapat membantu dalam menyelesaikan suatu masalah.

Fungsi komunikasi antarpribadi ialah berusaha meningkatkan hubungan insani (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi, kita juga dapat berusaha membina hubungan yang baik, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik di antara kita, apakah dengan tetangga, teman kantor, atau dengan orang lain.

Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (*solidaritas*), memengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik, dan menghibur. Bagi orang yang terlibat dalam proses komunikasi publik, dengan mudah ia menggolongkan dirinya dengan orang banyak. Ia berusaha menjadi

bagian bagian dari kelompok sehingga sering kali ia terbawa terpengaruh kelompok itu.

Komunikasi massaberfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang. Akan tetapi dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat terutama dalam bidang penyiaran dan media pandang dengar (*audiovisual*), menyediakan fungsi media massa telah mengalami banyak perubahan.

2.2.3. Hakikat Komunikasi Efektif

Pada hakikatnya (Daryanto, 2010)komunikasi efektif merupakan variabel outout/hasil kerja dari kinerja variabel kegiatan komunikasi. Dengan perkataan lain, komunikasi efektif merupakan variabel yang terpengaruh (*dependent variable*), sedangkan kinerja kegiatan komunikasi merupakan variabel yang berpengaruh (*independent variable*).

1. Konsepsi efektif, efektif pada dasarnya menurut Nining dalam (Daryanto, 2010)merupakan perbandingan antara target suatu kegiatan yang telah ditetapkan dan realisasi hasil yang dicapai dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Sedangkan menurut William Dunn dalam (Daryanto, 2010) mendefinisikan efektif sebagai seberapa besar manfaat (*benefit*) dari suatu kegiatan yang dilakukan, terhadap sasaran kegiatan tersebut.

Mencermati dari kedua definisi tersebut, pengertian efektif menunjukkan kepada, seberapa besar target suatu kegiatan tercapai dan

seberapa besar manfaat dari suatu kegiatan tersebut dirasakan oleh sasaran kegiatan yang bersangkutan. Apabila tingkat pencapaian realisasi dari kegiatan tersebut tinggi dan manfaat dari kegiatan tersebut dirasakan oleh sasaran kegiatan juga cukup tinggi maka pelaksanaan kegiatan tersebut dikatakan “efektif”. Sebaliknya jika tingkat pencapaian realisasi kegiatan tersebut rendah dan manfaat dari kegiatan tersebut dirasakan oleh sasaran kegiatan tersebut juga rendah maka pelaksanaan kegiatan tersebut dikatakan “tidak efektif”.

2. Hakikat komunikasi efektif, komunikasi efektif dapat diartikan sebagai suatu kegiatan komunikasi yang dapat mencapai hasil (*output*) sebagaimana yang diharapkan (*target*) dan termuat dalam pesan tersebut serta dapat memberikan kemanfaatan (*benefit*) yang besar kepada sasaran komunikasi atau penerima pesan.

Komunikasi yang efektif dapat terjadi apabila tidak ada penyimpangan (*distorsi*) dari target hasil (*output*) yang hendak dicapai, dan manfaat (*benefit*) yang dapat dirasakan oleh sasaran. Pada dasarnya, tingkat efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor tersebut dapat dikelompokkan dalam dua golongan, yaitu faktor “*intern*” dan faktor “*extern*”.

3. Cara berkomunikasi yang efektif, terdapat empat tahapan penting yang disarankan oleh *cutlip and center*, agar komunikasi berjalan efektif. Pertama, *fact finding* (mengumpulkan fakta/data sebelum melakukan suatu kegiatan. Kedua, *Planning* (membuat rencana mengenai kegiatan.

Perencanaan meliputi (*sender, message, media, dan receiver*). Ketiga, *communicating* (melaksanakan komunikasi. Keempat, *Evaluation* (mengevaluasi hasil kerja yang telah dicapai).

Namun demikian, ketika berkomunikasi, sebaiknya tidak melupakan hal-hal yang mempengaruhi keefektifan komunikasi, yaitu adanya persaingan, kebiasaan manusia yang cenderung membandingkan, efektif yang bermacam-macam dihasilkan dalam berkomunikasi, media massa yang memberikan efek dengan variasi yang besar kepada khalayak perorangan.

Jenis-jenis komunikasi:

1. Komunikasi lisan, yaitu komunikasi personal (*one on one*), presentasi, dan diskusi group (*group discusion*).
2. Komunikasi tertulis, tujuan komunikasi tertulis sama dengan komunikasi secara lisan, yakni menyampaikan suatu maksud pada pihak lain.
3. Penyebab Kegagalan Komunikasi

Terdapat tiga tahapan membuat tulisan(Daryanto, 2010), yakni mencari informasi, menulis draft, dan mengedit serta merevisi. Cara untuk melakukan komunikasi tertulis yaitu dengan cara menyampaikannya dengan padat dan jelas, hilangkan ketidaksukaan, gunakan bentuk poin dan penekanan, serta jadilah editor mandiri.

Kegagalan komunikasi atau sering disebut dengan “*misscommunication*” (Daryanto, 2010)dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain sebagai berikut:

1. Pengorganisasian informasi, ide, pesan, dan waktu yang kurang memadai.
2. Kurangnya kerja sama (koordinasi) diantara unsur-unsur yang terlibat.
3. Membiarkan terjadinya penyampaian pesan yang kurang jelas, samar-samar atau mempunyai makna lebih dari satu sehingga menjadikan ketidakjelasan.
4. Keberadaan tempat yang kurang nyaman, apakah terlalu panas atau suasana yang ribut.
5. Kemungkinan salah media yang dipilih di dalam interaksi yang dilaksanakan.
6. Kurangnya persiapan komunikator (pemberi pesan).
7. Karena hambatan kesiapan penerima/pemberi pesan.
8. Karena hambatan emosional kedua belah pihak, baik pemberi pesan (komunikator) maupun penerima pesan (komunikan)
9. Kesalahpahaman berkomunikasi, yang dapat disebabkan oleh beberapa hal, seperti pengiriman pesan, penyampaian pesan, penerimaan pesan, dan penafsiran pesan.

Dalam proses komunikasi belajar mengajar, komunikator harus mampu menciptakan proses komunikasi yang efektif. Untuk itu, seorang komunikator harus melakukan prinsip dan konsep pendekatan komunikasi yang benar. Di samping itu, komunikator harus mampu meminimalkan faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan komunikasi. Hal tersebut dapat dicapai jika proses pembelajaran dilakukan terus menerus dan dinamis(Daryanto, 2010).

2.3. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi dimaksudkan memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang pada jendral, atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”(Cangara, 2014).

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tapi juga dari profesi lain, misalnya pakar strategi Hendry Kissinger berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling berlatar belakang ekonomi, dan Albert wohlsetter berlatar belakang matematika. Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Rogers memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru(Cangara, 2014). Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai

dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal". Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Oleh karena itu strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana.

Tujuan utama dari strategi komunikasi menurut, R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, terdiri dari tiga tujuan yakni (*to secure understanding*) untuk memastikan komunikasi mengerti pesan yang diterimanya. (*To establish acceptance*), bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik. (*To motive action*) Pengerahan untuk memotivasinya. (*The goals which the communicator sought to achieve*) bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut (Khusna et al., 2018).

Menyusun strategi komunikasi harus memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Tetapi, dari beberapa komponen-komponennya yang harus diperhatikan ketika sedang menyusun strategi Komunikasi, yaitu mengenali sasaran komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, pemilihan media komunikasi, peranan komunikator dalam komunikasi.

2.4. Penyuluhan

Penyuluhan adalah suatu kegiatan yang mendidik dan memberikan pengetahuan serta informasi-informasi berbagai kemampuan agar dapat membentuk sikap dan perilaku hidup sehingga dapat mencapai kesejahteraan. Undang-undang Nomor 16/2006 tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan mengartikan penyuluhan sebagai berikut: “proses pembelajaran bagi pelaku utama serta pelaku usaha agar mereka mau dan mampu menolong dan mengorganisasikan dirinya dalam mengakses informasi pasar, teknologi, permodalan, dan sumberdaya lainnya, sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, pendapatan, dan kesejahteraannya, serta meningkatkan kesadaran dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup”(Amanah, 2007).

Penyuluhan, terutama di bidang pertanian, senantiasa mengalami perubahan transisi seperti perubahan organisasi, perencanaan strategi, re-organisasi, dan menetapkan prioritas baru. Pada prinsipnya, penyuluhan adalah proses yang sistematis untuk membantu petani, nelayan, pembudidaya, maupun komunitas lain agar mampu menyelesaikan masalahnya sendiri (*help people to help themselves*), sehingga pendekatan penyuluhan seyogyanya memprioritaskan kebutuhan partisipan penyuluhan (Amanah, 2007).

Dalam penyuluhan tentu ada seorang penyuluh, penyuluh secara umum adalah orang yang memiliki peran, tugas atau profesi yang memberikan pendidikan, bimbingan dan penerangan kepada masyarakat untuk mengatasi berbagai masalah,

seperti pertanian dan kesehatan, sehingga dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Pada hakekatnya, berbicara tentang penyuluhan setidaknya menyangkut lima unsur yaitu: proses pembelajaran, ada subyek yang belajar, pengembangan kesadaran dan kapasitas diri dan kelompok, pengelolaan sumberdaya untuk perbaikan kehidupan, dan diterapkannya prinsip berkelanjutan dari sisi sosial, ekonomi, dan menerapkan fungsi kelestarian lingkungan.

Adapun Tujuan pengaturan sistem penyuluhan meliputi pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan modal sosial, yaitu:

1. Memperkuat pengembangan pertanian yang maju dan modern dalam sistem pembangunan yang berkelanjutan.
2. Memberdayakan pelaku utama dan pelaku usaha dalam peningkatan kemampuan melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif, penumbuhan motivasi, pengembangan potensi, pemberian peluang, peningkatan kesadaran, dan pendampingan serta fasilitasi.
3. Memberikan kepastian hukum bagi terselenggaranya penyuluhan yang produktif, efektif, efisien, terdesentralisasi, partisipatif, terbuka, berswadaya, bermitra sejajar, kesetaraan gender, berwawasan luas ke depan, berwawasan lingkungan, dan bertanggung jawab yang dapat menjamin terlaksananya pembangunan pertanian.
4. Memberikan perlindungan, keadilan, dan kepastian hukum bagi pelaku utama dan pelaku usaha untuk mendapatkan pelayanan penyuluhan serta bagi penyuluh dalam melaksanakan penyuluhan.

5. Mengembangkan sumber daya manusia, yang maju dan sejahtera, sebagai pelaku dan sasaran utama pembangunan pertanian.

2.5. Tanaman Kopi

Indonesia merupakan eksportir keempat dunia untuk komoditi kopi, dengan peran rata-rata sebesar 4,76 persen terhadap total ekspor dunia. Brazil menempati posisi pertama dengan peran rata-rata sebesar 24,30 persen, diikuti dengan Vietnam sebesar 17,94 persen dan Colombia sebesar 10,65 persen (ICO, 2012). Terdapat lebih dari 50 negara tujuan ekspor kopi Indonesia. Negara tujuan ekspor kopi Indonesia yang utama adalah Amerika Serikat dengan peran pasar rata-rata sebesar 19,35 persen dari total ekspor kopi Indonesia. Diikuti oleh Jepang, Jerman dan Italia, masing-masing dengan peran pasar rata-rata sebesar 14,96; 15,88; dan 6,71 persen (Departemen Perdagangan, 2010), (Narulita et al., 2014).

Kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis cukup tinggi. Kopi berasal dari Afrika, yaitu daerah pegunungan di Etopia. Kopi dikenal dengan dua 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 dengan sensasi buah.

Kopi adalah tanaman tahunan yang bisa mencapai usia produktif hingga 20 tahun. Kopi merupakan perkebunan yang paling banyak di perdagangan, selain dari biji buahnya yang bisa dimanfaatkan sebagai minuman dari hasil seduhan biji

kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk, tanaman kopi juga bisa mengatasi penyakit seperti tekanan darah tinggi dan melancarkan pernafasan. Menurut Farah, et al (2012) kopi merupakan salah satu minuman yang digemari dan paling banyak dikonsumsi di seluruh dunia.

Kopi robusta dan arabika memiliki kafein tertinggi dan terendah yang berbeda. Kopi robusta memiliki kafein tertinggi 2,15% dan terendah 0,69% sedangkan kopi arabika memiliki kafein tertinggi 1,77% dan terendah 0,97%. Kopi robusta (*coffea canephora*) merupakan keturunan beberapa spesies kopi, terutama *coffea canephora*. Jenis kopi ini tumbuh baik di ketinggian 400-700 m dpl, temperatur 21-24°C dengan bulan kering 3-4 bulan secara berturut-turut dan 3-4 kali hujan kiriman. Kopi arabika merupakan salah satu dari beragam jenis kopi yang dibudidayakan secara global. Pada mulanya, kopi arabika berasal dari wilayah Ethiopia dan dibawa oleh pedagang Arab ke Yaman.

2.6. Teori Perencanaan Komunikasi

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 pesan yang 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-bagian 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. Penyuluhan merupakan keterlibatan seseorang untuk melakukan komunikasi informasi secara sadar dengan tujuan membantu sesamanya memberikan pendapat sehingga bisa membuat keputusan yang benar, adanya penyuluhan 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.

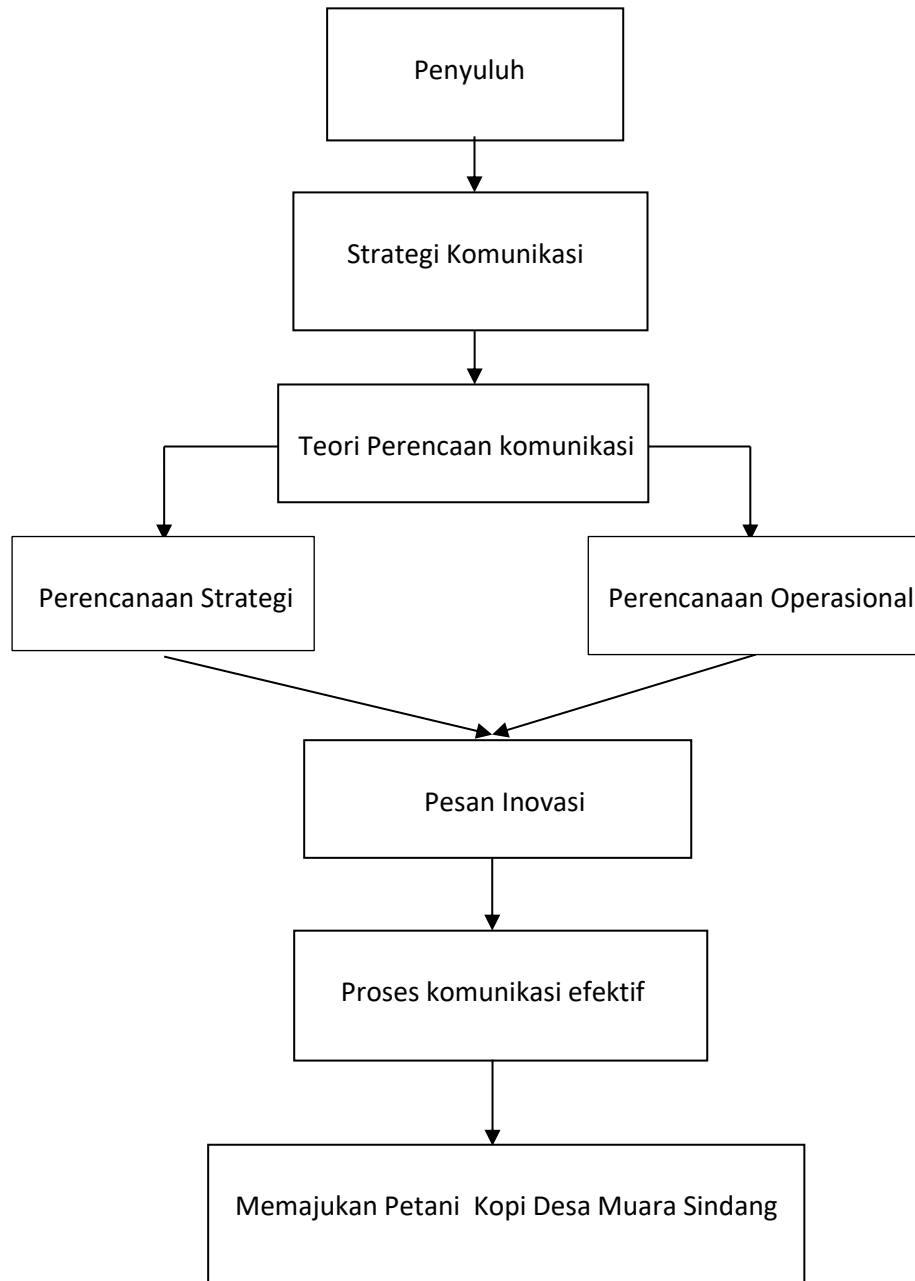
Perencanaan komunikasi dalam penyuluhan ini digunakan agar penyuluhan yang dilaksanakan atau dilakukan tidak monoton pada pengetahuan tradisional dan ide-ide lama yang tidak berkembang. Dengan adanya komunikasi efektif seperti komunikasi informasi yang menghasilkan pengertian, informasi yang mempengaruhi sikap, menghasilkan hubungan sosial yang lebih baik, dan menghasilkan tindakan nyata dalam penyuluhan akan menjadi efektif dan dianggap berhasil dalam perubahan demi terwujudnya perbaikan mutu hidup yang

bersangkutan guna menambah pengetahuan dalam memajukan petani kopi di Desa Muara Sindang Kecamatan Kisam Ilir Kabupaten Oku Selatan.

Objek penyuluhan pada penelitian ini yaitu penyuluh pertanian dan anggota penyuluhan petani Desa Muara Sindang Kecamatan Kisam Ilir Kabupaten Oku Selatan, yang diharapkan akan memajukan pengetahuan kelompok tani sehingga hasilnya maksimal. Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi penyuluh dalam meningkatkan inovasi untuk memajukan petani kopi Desa Muara Sindang Kecamatan Kisam Ilir Kabupaten Oku Selatan,

Setelah melakukan penelitian dengan judul “Strategi komunikasi penyuluh dalam meningkatkan inovasi untuk memajukan petani kopi Desa Muara Sindang Kecamatan Kisam Ilir Kabupaten Oku Selatan” yang menggunakan teori perencanaan komunikasi dalam perencanaan strategi dan operasional dengan pesan inovasi yang disampaikan melalui komunikasi yang efektif, apakah dapat memajukan petani kopi Desa Muara Sindang Kecamatan Kisam Ilir Kabupaten Oku Selatan.

Berdasarkan hasil telaah pustaka, kerangka pemikiran teoritis yang akan dikembangkan dalam penelitian ini sebagai gambar berikut ini.



Bagan.2.1. Kerangka Pemikiran