

Perspektif Fishbein Model dalam Pengelolaan Pesan Persuasif Petani Agribisnis Pepaya Calina Melalui Media Sosial

Tika Ristia Djaya

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Selamat Sri

tikaristiadjaya@gmail.com

Article Information

Submitted :
March 21st,
2020
Accepted April
24th 2020

Abstract

Social media as a mean to obtain information and knowledge and build relationships / relational that has its own allure because of low cost, can reach space and time. Thus the message will easily reach the communicant, so that feedback can be obtained immediately. In accordance with the communication function one of which is to persuade the communicant to support the message conveyed by the communicator. So that the communicant acts like a message delivered by the communicator. In this case the communicator is a calina papaya farmer and the communicant is a farmer in general in Magelang, Central Java. But it does not rule out the possibility that farmers in general can become communicators when the conversation occurs. This study aims to determine the farmers in Magelang, Central Java in getting information on calina papaya agribusiness from the perspective of the fishbein model. The research method used is a qualitative method with an explorative study approach. The results showed farmers in the area of Magelang had been inspired and obsessed with social media messages about the agribusiness of calina papaya as a planting option by considering yields. Thus it means that calina papaya farmers have managed the message as in the perspective of the fishbein model regarding the calina papaya agribusiness through various social media. This study concluded that: (1). Persuasive messages are managed by showing visual evidence, delivery methods, systematic / ways to develop content, so that the message is organized and can be trusted. (2). Publish strong arguments using language that is easy to understand and focuses more on experience. (3). Practice involvement. This involvement can be an educational practice as well as being able to interact among the farmers of calina papaya.

Keywords: fishbein model; persuasive message; calina papaya agribusiness

Abstrak

Media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan serta membangun hubungan/relasional yang mempunyai daya pemikat tersendiri karena biaya yang murah, dapat menjangkau jarak ruang dan waktu. Dengan demikian maka pesan akan mudah sampai kepada komunikan, sehingga *feedback* dapat segera diperoleh. Sesuai dengan fungsi komunikasi salah satunya adalah membujuk komunikan agar mendukung pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sehingga komunikan bertindak seperti pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini berlaku sebagai komunikator adalah petani pepaya calina dan komunikan adalah petani pada umumnya yang berada di Magelang Jawa Tengah. Namun tidak menutup kemungkinan petani pada umumnya dapat menjadi komunikator pada saat percakapan terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui petani di Magelang Jawa Tengah dalam mendapatkan informasi agribisnis pepaya calina dilihat dari perspektif fishbein model. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi eksploratif. Hasil penelitian menunjukkan petani di daerah Magelang telah terinspirasi dan terobsesi dengan pesan media sosial mengenai agribisnis pepaya calina sebagai pilihan tanam dengan mempertimbangkan hasil panen. Dengan demikian artinya petani pepaya calina telah memanage pesan seperti pada sudut pandang fishbein model mengenai agribisnis pepaya calina melalui berbagai media sosial. Penelitian ini berkesimpulan bahwa : (1). Pesan persuasif dikelola dengan menunjukkan bukti visual, metode penyampaian, sistematika /cara mengembangkan konten, agar pesan terorganisasi dan dapat dipercaya. (2). Mempublikasikan argumentasi yang kuat dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan lebih menitikberatkan pada pengalaman. (3). Keterlibatan praktek. Keterlibatan ini dapat menjadi edukasi praktek skaligus dapat berinteraksi diantara para petani pepaya calina.

Kata Kunci : fishbein model; pesan persuasive; agribisnis pepaya calina

PENDAHULUAN

Kekayaan informasi pada jaman milenial bukan hanya sebagai pemasok pesan, tetapi mampu menarik perhatian pada masyarakat disegala bidang. Kompetisi bidang pertanian semakin maju, tak hanya tanam padi namun

sudah merambah pada tanaman lain seperti budidaya pepaya calina dengan tujuan memperoleh hasil yang lebih dibanding tanaman lainnya. Beralihnya tanaman padi ke tanaman pepaya tidak lain adalah untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Bukan berarti pula tanaman padi mendapat hasil yang tidak baik, akan tetapi tanaman padi lebih memakan waktu pada proses tanam, dari proses penyemaian benih, pengolahan lahan, pembedangan, penanaman, pemupukan, pemeliharaan, hingga proses panen, pada proses tersebut kadang juga tidak berjalan mulus, sebab kadang ada pengganggu seperti hama wereng, hama tikus dan sebagainya.

Peralihan dari tanam padi ke agribisnis pepaya calina dinilai lebih produktif dikarenakan proses taman tidak memakan waktu lama dan dapat sambil mengerjakan pekerjaan lain seperti tukang batu, bekerja di industri kayu lapis, home industri slondok dan sebagainya. Selain dipandang efektif hasil yang didapat serta pemasarannya gampang dilakukan. Tanaman pepaya merupakan tanaman yang mudah tumbuh di media tanah yang subur, dengan sinar matahari dan air yang cukup. Pepaya calina menjadi salah satu pepaya yang paling dilirik masyarakat, selain keunggulan pada kandungan vitamin, pada tekstur buahnya, rasa, warna dan ukuran buah yang tidak terlalu besar. Rata-rata bobot pepaya calina antara 0,8 – 1,5 kg per buah. Masa panen 8-9 bulan. satu bulan dapat dipanen empat kali. Dengan hasil kurang lebih 1,6 sampai 3,5 ton setiap luas tanah satu hektar are.

Postingan hasil tani petani pepaya calina berbentuk foto atau teks melalui media sosial merupakan kegiatan sosialisasi agribisnis pepaya calina kepada petani. Kegiatan ini merupakan bentuk komunikasi persuasif. K. Anderson mengutarakan bahwa komunikasi persuasif merupakan tindakan komunikasi yang memiliki tujuan untuk mengubah keyakinan, sikap atau perilaku kelompok maupun individu melalui transmisi pesan. Transmisi pesan tersebut dapat memberikan informasi tentang pengetahuan, perbedaan, keuntungan, kerugian, bahkan pengaturan sesuai dengan keinginan atau kebutuhan masyarakat. Pada transmisi pesan tersebut terdapat komunikasi persuasif yang lebih bersifat memperkuat dengan memberikan ilustrasi, dan menyajikan informasi kepada *audience* dengan tujuan merubah perilaku *audience*.

Sosialisasi melalui media sosial petani dapat memperoleh informasi dengan menggunakan simbol, dan simbol tersebut cukup menarik sehingga menumbuhkan *intrested* dan *excited* para petani untuk mengeksplor lebih dalam mengenai agribisnis pepaya calina, sebagai rekomendasi praktek demi peningkatan produktivitas dan hasil panen.

Dari hal tersebut maka menjadi pembahasan peneliti dalam kajian ilmu komunikasi yaitu mengenai petani agribisnis pepaya calina dalam manage pesan yang ditujukan kepada petani pada umumnya dan petani terinspirasi untuk merubah perilakunya dengan melalui beberapa proses. Seperti interaksi melalui *face book*, *Whatsaap*, *instagram* dan lain-lain yang pada perbincangannya menceritakan proses dari awal tanam hingga pasca panen.

Melihat kenyataan tersebut, peneliti mencoba mendekati kenyataan dengan teori yang serasi dengan komunikasi persuasif yaitu teori fishbein model, yaitu *Theory of reasoned Action* (Teori tindakan beralasan) dalam Jogiyanto (2007) yang menerangkan bahwa adanya hubungan antara *belief/keyakinan*, *attitude/sikap*, *intention/kehendak*, dan *behavior/perilaku*. Kehendak menjadi preditor terbaik perilaku artinya untuk mengetahui perilaku seseorang, caranya adalah mengetahui kehendak seseorang tersebut. Tetapi tidak selalu berdasarkan kehendak karena seseorang dapat pertimbangan berdasarkan alasan- alasan lain yang berbeda dengan kehendaknya. Konsep utama dari teori ini adalah fokus dengan mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting. Adapun kehendak ditentukan oleh sikap dan norma subyektif. Yang kemudian teori ini berkembang menjadi *theory of planned behavior*. Yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) bahwa sikap mempengaruhi perilaku

melalui proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan. Sedangkan dampaknya terbatas pada tiga hal yaitu: (1). Perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap yang bersifat umum tetapi ditentukan oleh sikap yang spesifik. (2). Perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh sikap saja tetapi dipengaruhi oleh norma-norma objektif (*subjective norm*) yakni keyakinan kita mengenai keinginan orang lain agar kita berbuat. (3). Sikap terhadap perilaku bersama norma subjektif membentuk niatan tertentu. Ajzen memodifikasi *Theory of reasoned Action* menjadi teori perilaku berencana (*theory of planned behavior*). Yang intinya (1). *Behavioral beliefs* : Keyakinan mengenai kemungkinan dari hasil evaluasi perilaku. (2). *Normatif beliefs* : Keyakinan mengenai norma yang diharapkan serta motivasi untuk memenuhi harapan tersebut. (3). *Control beliefs* : Keyakinan mengenai faktor yang mendukung dan menghambat perilaku dan kesadaran terhadap kekuatan faktor tersebut.

Dengan demikian pesan dapat diterima oleh komunikan melalui beberapa proses, dari beberapa proses yang dilalui, peneliti dapat mengkategorikan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh para petani tersebut merupakan level komunikasi kelompok (*small group communication*) praktiknya melalui media sosial. Melalui media massa tersebut seseorang akan dapat meyakini sesuatu sehingga terpengaruh untuk melakukannya. Sesuatu tersebut dapat berupa percakapan, argumen, informasi bersifat satu arah, interaksi, sarana visual seperti gambar, foto, video/tutorial yang dikemas sebaik mungkin hingga pengguna media sosial dapat menikmati dan tumbuh sikap yakin dan berkeinginan untuk mencoba dengan tindakan.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana petani agribisnis pepaya calina mengelola pesan melalui media sosial sehingga dapat mempengaruhi perilaku petani di Magelang Jawa Tengah?

METODE PENELITIAN

Pada Penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi eksploratif. Moleong (2005:6) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subyek penelitian tentang perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dengan mendeskripsikan melalui bentuk kata dan tatanan bahasa dalam konteks khusus secara ilmiah. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman secara mendalam terhadap masalah yang dihadapi bukan melihat permasalahan untuk digeneralisasi, dengan menyusun kategori substantif dan dugaan sementara atas rumusan masalah pada penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif menjadi metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna dari masalah yang dialami oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dengan melibatkan upaya-upaya seperti ajuan pertanyaan, penjabaran prosedur, pengumpulan data dari partisipan, analisis data, serta menafsirkan makna data, dengan laporan yang memiliki struktur/kerangka yang fleksibel. Individu yang terlibat dalam penelitian wajib menerapkan cara pandang gaya induktif dan berfokus pada makna individual serta mampu menerjemahkan kompleksitas permasalahan. (Craswell, 2010:4).

Arikunto (2006:7) mengemukakan tujuan dari penelitian eksploratif adalah untuk menggali secara luas mengenai sebab musabab atau hal hal yang dapat mempengaruhi sesuatu. Penelitian eksploratif digunakan ketika obyek penelitian belum diketahui secara persis dan spesifik.

Penelitian ini berfokus pada pengelolaan pesan melalui media sosial di Magelang Jawa Tengah, yang mana dapat mempengaruhi perilaku komunikan dilihat dari sudut pandang Fishbein model. Sumber data di dapat dari data primer dan data skunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara para petani dan hasil pengamatan percakapan dari media sosial. Sedangkan data skunder diperoleh dari hasil penelitian terdahulu yang dapat

menjadi acuan dalam melakukan penelitian serta beberapa catatan /buku/ dokumen yang berisikan informasi yang dapat mendukung kegiatan penelitian. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sebagai data pembandingan terhadap data yang diperoleh. Baik dari sumber, metode maupun teori. Pengolahan data melalui reduksi data yang meliputi pemilahan data, pemusatan perhatian untuk penyederhanaan, dan pengolahan data kasar. Setelah itu data disajikan dengan pendiskripsian informasi berbentuk naratif, kemudian menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi terhadap temuan yang didapat dari penelitian.

Dengan demikian penelitian ini bermaksud mengetahui petani agribisnis pepaya calina dalam memanager pesan sehingga terjadi perubahan perilaku pada petani lain berdasarkan sudut pandang Fishbein model dengan memberikan gambaran desain pesan melalui visual, seperti penyampaian, gambar, sistematika /cara mengembangkan konten, hingga praktek sebagai wujud perubahan perilaku, dan lain-lain. Sehingga mampu merubah perilaku komunikasi menjadi yakin (*sure*), percaya (*believe*), dan ingin mencoba (*try*).

Pada hasil akhir penelitian tidak hanya sekedar menyajikan data atau informasi yang sulit ditemukan tetapi mampu menghasilkan informasi – informasi yang bermakna bahkan temuan baru yang berguna untuk mengatasi masalah dan meningkatkan taraf hidup kesejahteraan manusia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Visual Menjadi Media Daya Tarik

Visual sebagai pendukung komunikasi. Menggunakan visual komunikasi efektif dapat lebih cepat diperoleh. Visual merupakan sebuah seni, yang dapat ditunjukkan dengan gambar, grafis, lambang/symbol, foto, desain, warna, yang saling berkaitan. Manfaat dari komunikasi visual antara lain adalah memperjelas pesan yang disampaikan, mudah untuk mengingat pesan, hemat tempat waktu dan tenaga, menggali kreativitas dan emajinasi/ide seseorang. Gambar tidak akan mempunyai kekuatan lebih apabila hanya disimpan didalam kartu memory atau album saja, namun berbeda apabila gambar atau foto dibagikan kepada sejumlah kelompok, maka gambar atau foto tersebut akan lebih bermanfaat dan memiliki pengaruh yang kuat, apalagi pada pengambilan gambar dengan menggunakan teknik khusus, bisa jadi gambar/foto akan lebih indah dari aslinya. Seseorang melihat tulisan yang disertai gambar sebagian besar lebih fokus pada gambar. Sehingga gambar/foto dapat melengkapi arti sebuah tulisan.

Maka dari itu, petani agribisnis pepaya calina menampilkan gambar atau foto/video di media sosial dengan caranya sendiri. Dengan demikian ternyata dapat membuat petani pada umumnya lebih tertarik dan berkesan daripada hanya mendengarkan atau membaca tulisan yang ada di media sosial. Media sosial tidak sekedar sebagai media penyalur informasi tetapi juga sebagai sarana adaptasi. Banyak cara dan usaha untuk menyesuaikan diri demi mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dengan media sosial banyak tawaran persuasif untuk memilih mana yang dinilai lebih menarik untuk diikuti. Berikut penuturan seorang petani di Magelang :

”... ingin menambah hasil panen dengan menggunakan waktu yang produktif, waktu bisa dipake untuk aktifitas yang lain, saya melihat di facebook grup petani pepaya calina, mereka menuliskan cara-cara menanam pepaya dengan foto dan video yang disertai dengan ungkapan hasil panennya saya jadi tertarik untuk ikutan menanam Pepaya Calina.”

Dari ungkapan petani tersebut, menunjukkan bahwa ketertarikan pada menanam pepaya calina didapat dari ungkapan petani agribisnis melalui video. Dalam artian video mampu memperkuat argumen sehingga mampu mengubah cara pandang menjadi tindakan yang sesuai dengan maksud dan tujuan komunikator.

Gambar/Foto dan Teks Sebagai Bukti Otentik

Alat bantu komunikasi yang memberikan pengalaman visual dengan maksud memberikan motivasi atau mendorong seseorang untuk memudahkan memahami konsep yang bersifat abstrak menjadi lebih sederhana. Gambar dapat memfokuskan perhatian untuk berkonsentrasi terhadap konten visual dan teks. Gambar memudahkan pencapaian pemahaman dan sebagai media yang mudah diingat dalam bentuk verbal. Sama halnya dengan foto, perbedaannya foto merupakan rekaman suatu obyek dengan menggunakan alat. Foto akan lebih memberikan nilai nyata. Terutama dalam mengabadikan sebuah momen, foto dapat pula sebagai pengetahuan, cerita sejarah, media informasi, media ekspresi diri dan lain-lain. Rekaman obyek sesuai dengan aslinya dapat menjadi bukti nyata bahwa sesuatu telah terjadi. Dengan memperlihatkan foto akan memperkuat kepercayaan seseorang dalam meyakini sesuatu yang telah terjadi.



Gambar 1. Pohon Pepaya Calina Berumur 7-8 Bulan Siap untuk Panen

(Sumber: dokumentasi pribadi 1 Januari 2020)

Gambar/foto pada teks memberikan kesan bahwa pesan akan terlihat lebih menarik dan akan memperkuat minat baca, memperjelas pesan yang disampaikan, mempermudah penyerapan informasi, memberikan nilai lebih pada pesan yang disampaikan, lebih meyakinkan atau membangun kepercayaan komunikasi. Mana mungkin tidak, seseorang akan melihat bukti nyata apabila bukti tersebut bukan hanya omongan belaka, namun setidaknya disertai dengan foto/gambar/video. Teks panjang tanpa gambar akan membuat kesan pembaca cepat bosan. Tampilan warna gambar hitam putih dan berwarna juga sangat berpengaruh dalam penyajian pesan. Pembaca akan lebih tertarik dengan foto/gambar serta teks yang didesain sedemikian rupa sehingga mampu menarik perhatian dan mempengaruhi pembaca. Seperti pada kenyataan yang diungkapkan oleh petani padi di bawah ini:

"awalnya tidak suka menanam pepaya, karena saya sudah terbiasa dengan menanam padi, namun melihat penuturan mereka yang bercakap cakap di grup, dengan memperlihatkan foto pohon pepaya yang sudah berbuah, saya jadi percaya dan merasa kagum, bahwa apa yang mereka bicarakan ternyata benar-benar ada hasilnya."

Pemostingan gambar/ atau foto seolah menjadi strategi nyata dalam penyampaian pesan yang mampu menghipnotis bagi yang melihatnya. Dengan desain dan editan menambah estetika nilai pada sejumlah gambar atau foto. Kelebihan estetika dari sebuah gambar/foto mampu membidik perasaan bahkan *action* seseorang hingga terbawa dalam alurnya. Petani merasa yakin dengan melihat foto, bahkan foto tersebut dijadikan sebagai dokumen /bukti nyata keunikan sebuah obyek.

Sistematika sebagai Pengetahuan Alur/Langkah

Sistematika merupakan penjabaran secara deskriptif melalui penggolongan-penggolongan garis besar yang dimulai dari tahap awal hingga tahap akhir yang didalamnya terkandung unsur konten, pelengkap/pendukung. Sistematika biasanya menjadi pegangan sehingga untuk mencapai sesuatu yang diinginkan sesuai sistematika diperlukan sebuah prosedur yakni teknik cara melakukan. Prosedur dimaknai sebagai serangkaian tindakan yang harus dijalankan untuk memperoleh hasil yang diinginkan sehingga akibat dari prosedur tersebut terjadi sebuah perubahan.

Aturan pada suatu alur mempunyai maksud dan tujuan. Menampilkan pesan secara runtut agar mudah dipahami, dari awal hingga selesai agar pembaca tidak merasa kebingungan. Bahkan memberikan respon apabila diperlukan.



Gambar 2. Pohon Pepaya *Calina* Setelah Tahap Pemupukan Umur 1,5 Bulan dari Proses Tanam

Sumber: dokumentasi pribadi 21 Februari 2020

Proses pembelajaran dengan maksud mengembangkan potensi diri dengan tujuan tertentu, pengetahuan tentang menanam pepaya calina sangat dibutuhkan oleh petani pepaya guna menambah wawasan sehingga memperoleh hasil panen yang lebih baik. Media sosial dapat menjadi perantara perolehan informasi dan pesan yang sifatnya membantu dan memotivasi para petani untuk mempertahankan kelangsungan mata pencahariannya.

” saya tidak pernah ikut grup di media sosial, tapi karena saya ingin mengetahui lebih banyak dari pertanian terutama tentang pepaya calina, maka saya masuk grup di media sosial dan sering membaca komentar – komentar disana, meskipun saya sendiri tidak ikut ngobrol, tapi saya ikut mencoba menanamnya.”

Keluguan pesan dari petani di atas menunjukkan kebutuhan yang mendasar untuk membantu kelangsungan mata pencahariannya, yang seolah masyarakat tidak megetahuinya, namun itu adalah hal yang fakta, dan bagi peneliti yakin, bukan hanya satu petani saja, namun masih banyak lagi petani yang lugu yang haus informasi mengenai pesan tatacara menanam pepaya calina dengan hasil panen yang memuaskan. Ukuran –ukuran dan aturan- aturan pada sistematika tanam pepaya membantu petani memudahkan memperoleh informasi dari perolehan bibit, cara penanaman, aturan pemupukan, macam obat serta dosis penyemprotan hama, pemeliharaan, hingga panen termasuk penjualan, semuanya dapat di peroleh di media sosial.

Pengembangan Konten sebagai Ilmu Pengetahuan Informasi

Pengelolaan pesan yang menarik pada media sosial dapat dimodifikasi dari berbagai bidang ilmu sehingga masyarakat tidak kekeh pada satu argumen, banyaknya pilihan sebagai investasi ilmu bagi pemburu informasi.

Konsultasi sebagai hasil informasi yang didapat melalui media sosial *face book* dan *whatsaap* menjadi pengetahuan yang berharga, murah, dan mudah didapat. Media sosial mempunyai banyak kelebihan diantaranya mempermudah seseorang untuk memperoleh informasi, respon terhadap sesuatu lebih cepat, mengubah tatacara kehidupan menjadi lebih baik, mampu mempermudah membangun kesejahteraan dan lain-lain. Orang akan bertindak tidak seperti biasanya apabila telah mendapatkan banyak hal termasuk pengetahuan, informasi, hasil konsultasi, hubungan/relas baru dari media sosial. Seperti penuturan pengalaman petani padi di bawah ini.

”sebelumnya saya belum pernah menanam pepaya, kemudian saya tanya bagaimana cara menanamnya dari awal hingga pasca panen, mereka menjawabnya dan memberikan penjelasan tatacara menanam, hal tersebut bagi saya membuat sesuatu yang berharga tanpa saya harus kursus, sekolah, beli buku, mengeluarkan biaya mahal, saya dapat mendapatkan informasinya.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pesan yang dikelola di media sosial sangatlah menguntungkan, informasi dapat diperoleh dimana saja dan kapan saja. Tidak tergantung oleh ruang dan waktu. Pesan dengan berbagai desain tidak mempengaruhi harga. Melihat banyaknya informasi di media sosial, dapat dinilai murah, dibanding dengan informasi yang didapat melalui ahli, buku, atau lembaga pendidikan.

Praktik sebagai Penguatan Pendapat dan Wujud Perilaku

Pelaksanaan dalam wujud tindakan melalui faktor-faktor pendukung membuat seseorang yakin terhadap proses yang dialami dan hasil yang dicapai. Pendokumentasian hasil praktek menjadi wujud nyata yang menumbuhkan rasa kepercayaan pada suatu obyek untuk memberikan nilai sesuai dengan stimulus yang ditangkap. Seperti pada postingan foto berikut:



Gambar 3. Pohon Pepaya Calina Panen Pertama Kurang Lebih 8 Bulan

Sumber: dokumentasi pribadi 7 Januari 2020

Bagaimana orang akan memaknai foto/gambar di atas? Stimulus individu yang merespon gambar tersebut tentunya berbeda-beda. Peneliti mencoba memposting di grup *whatsapp* sebagian besar, mereka komentar tentang buahnya yang banyak. Telah menjadi bukti bahwa buah merupakan hasil yang diperoleh dari suatu usaha. Dari panen buah pepaya tersebut terbukti bahwa petani telah menanamnya dari pembenihan, pemupukan, hingga panen dan pasca panen /menjual buah. Postingan foto/gambar kadang membuat orang bertanya-tanya, mengenai hasil yang didapat dan proses menciptakan hasil. Tentu saja petani yang menanam akan tahu persis jawaban/alasan yang dikemukakan, karena mereka yang melakukannya.

Berbagi argumentasi di media sosial atas pengalaman yang diperoleh

Pengalaman merupakan pelajaran yang sangat berharga. Keberhasilan dan kegagalan sebuah usaha melalui perjalanan yang panjang, mampu menggali pengalaman pada prosesnya. Sehingga layak untuk di bagikan kepada yang membutuhkan. Tak sedikit orang butuh pengetahuan, pelajaran dari orang lain yang tentunya sudah mengalami terlebih dahulu dari keberhasilan atau kegagalan. Banyak cara untuk berbagi, tidak harus bertatap muka antara komunikator dan komunikan, melainkan dapat berinteraksi jarak jauh tanpa menghiraukan jarak, ruang dan waktu. Media yang dapat digunakan, yang paling mudah dan murah adalah media sosial. Melalui media sosial, seseorang akan memperoleh beragam informasi. Sebagai komunikan dapat juga sekaligus menjadi komuniaktor. Interaksi yang baik membuat komunikasi lebih hidup. Di media sosial komunikasi yang telah terolontar dari komunikator telah menjadi hak orang banyak. Yang artinya informasi yang diberikan melalui media massa dapat dimiliki oleh publik. Sehingga untuk menjadi komunikator hendaknya mempertimbangkan beberapa hal untuk dapat dipercaya oleh komunikan. diantaranya adalah jujur, terbuka, berempati, simpati, menggunakan bahasa yang baik dan benar, tidak menyinggung perasaan orang lain. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, interaksi komunikator dan komunikan akan berlangsung dengan baik dan lancar.

Demikian pula yang dialami petani calina dan petani pada umumnya, mereka beradu argumen di media sosial tentang pengalaman yang dialami. Mengingat media sosial adalah milik publik maka mereka akan lebih berhati-hati dalam memproduksi pesan. Produksi pesan yang dilakukan petani pepaya calina melalui media sosial meliputi peencanaan, penyusunan pesan, desain pesan, penyampaian pesan dan *feedback*. Kepuasan tersendiri bagi komunikastor apabila mendapatkan *feedback* yang mendukung argumennya hingga turut mengikuti jejak pesan berupa perilaku/ tindakan/ *action*.

KESIMPULAN

Pesan media sosial mempunyai kemampuan dalam mempengaruhi seseorang. Namun dalam penyampaian ada teknis tersendiri agar pesan tersebut dapat dipercaya, dan dapat diyakini pendapatnya dengan menampilkan berbagai bukti. Bukti nyata memperkuat rasa yakin untuk melakukan sesuatu.

Beberapa upaya untuk meyakinkan komunikan yakni melakukan pengelolaan pesan persuasif antara lain : (1). dengan menunjukkan bukti visual, metode penyampaian, sistematika/cara mengembangkan konten, agar pesan terorganisasi dan dapat dipercaya. (2). Mempublikasikan argumentasi yang kuat dengan menggunakan bahasa yang lebih menitikberatkan pada pengalaman. (3). Keterlibatan praktek, keterlibatan ini dapat menjadi pengetahuan praktek sekaligus dapat berinteraksi diantara para petani pepaya calina. Diharapkan agar pengelolaan pesan melalui media sosial tetap eksis dan terpercaya maka sebagai komunikator sebaiknya memberikan pesan dengan obyektif berdasarkan pengalaman tanpa dengan mengurangi atau, menambah *experience* yang dialami sehingga membawa hasil panen yang maksimal dan tidak ada yang merasa dirugikan atas informasi yang tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. (1991). *The Theory of Planned Behavior*, Organizational Behavior and Human Decision Processes.50 (2) :179-211
- Ajzen.Iek dan Fishbein M. (2010). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliffs. NJ Prentice Hall
- Ajzen.Icek Fishbein. (1980). *Theory of Reasoned Action*. Edisi Kesatu. (Jodiyanto,2007)
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Bumi Aksara
- Creswell, John W. (2010). *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jogiyanto, (2007), *Sitem Informasi Keperilakuan*.Edisi Revisi. Yogyakarta:Andi Offset.
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metodologi Peelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda Karya
- Anang.K.P.Alim.S. Syaifudin.A.” Analisis faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan pembelian pepaya Calina.” *Jurnal Manajemen*, Vol 9, No.2.hlm.155-170,2018
- Annisa F. N.” Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial.” *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol 5, No.1 hlm. 28-37, 2016