

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENYULUHAN
PERTANIAN DENGAN M VENDOR
(SUATU PENDEKATAN KOMUNIKASI KELOMPOK & INTRAPERSONAL)**

EKO MURDIYANTO

Program Studi Agribisnis UPN "Veteran" Yogyakarta

ABSTRACT

Agricultural counseling process as a locomotive in spreading new technology to farmers has developed quickly since the introduction of several communication models. This quick development was also supported by development of counseling institutions and agricultural agents. The counseling using a group communication model has caused growth of farmer groups in Indonesia. Even though, success of this counseling model was also result in a dependence of farmer groups and farmer to counseling institutions and agriculture agents.

Along with development and change of farmer character in Indonesia, it is needed to change the counseling model. The change is according to communication model which should be applied by vendor of new technology for farmers as user of technology.

In transformation of technology process, the most important thing is process to connect communicator and communicant. By the matter, implementation of group and intrapersonal communication by vendor as a new model in agricultural counseling is likely can encounter agriculture challenge in the future so that transformation of technology may take place well and farmer become more self-reliant.

Key Words: group communication, intrapersonal communication, vendor, self-reliant

PENDAHULUAN

Semenjak revolusi hijau diperkenalkan di Indonesia, penyuluhan memegang peran sangat penting dalam memasyarakatkan teknologi baru atau difusi inovasi kepada petani. Kecepatan revolusi hijau tergantung dari proses difusi yaitu proses dimana suatu ide-ide baru (inovasi) disebarkan kepada individu atau kelompok dalam suatu sistem sosial tertentu melalui penyuluhan. Rogers (1958) dan beberapa ahli lainnya mengemukakan bahwa dalam proses difusi inovasi mengandung empat elemen yang saling berkaitan, yaitu: adanya inovasi, adanya komunikasi, adanya suatu sistem sosial tertentu dan adanya kesenjangan waktu atau *over time*. Keempat aspek tersebut dipengaruhi oleh karakteristik pelakunya, yaitu antara komunikator dan komunikan. Dengan demikian sebenarnya difusi inovasi adalah suatu proses yang menghubungkan jarak antara komunikator dan komunikan. Panjang atau pendeknya jarak antara komunikator dengan komunikan tergantung, isi dan karekteristik dari pesan dan faktor lingkungan.

Konsep tersebut bertitik tolak bahwa esensi proses difusi adalah interaksi manusia, dimana seseorang mengkomunikasikan inovasi pada seseorang atau beberapa orang lainnya. Dengan kata lain difusi berarti menyebarkan inovasi dari

seseorang yang telah mengadopsi inovasi kepada orang lain dalam masyarakat. Oleh karena itu proses difusi inovasi berkaitan erat dengan proses komunikasi yang dikenal dengan model S-M-C-R-E. Model ini berhubungan erat dengan elemen-elemen difusi yang terdiri dari inventor, inovasi, saluran, anggota dalam sistem sosial dan konsekuensi.

Dengan demikian sebenarnya proses komunikasi pertanian sama dengan proses difusi inovasi, yang membedakan keduanya hanyalah waktu, yaitu lambat atau cepat proses ini sangat ditentukan oleh waktu. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses difusi inovasi mencakup faktor sosial, kebudayaan, personal dan situasional.

Unsur yang paling penting dalam komunikasi bukan sekedar pada apa yang ditulis atau dikatakan, tetapi pada karakter dan bagaimana menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Jika kata-kata ataupun tulisan kita dibangun dari teknik hubungan manusia yang dangkal (etika kepribadian), bukan dari diri kita yang paling dalam (etika karakter), orang lain akan melihat atau membaca sikap kita. Jadi syarat utama dalam komunikasi adalah karakter yang kokoh yang dibangun dari fondasi integritas pribadi yang kuat (Prijosaksono, 2002).

Unsur penting inilah yang mungkin dilupakan dalam model penyuluhan dengan

menggunakan model komunikasi kelompok. Mengingat dari hasil jumlah petani yang mendapatkan transformasi teknologi bisa dalam jumlah besar dan relative cepat. Kecepatan ini didukung dengan adanya lembaga-lembaga penyuluhan dan lembaga penelitian di tingkat propinsi, kabupaten bahkan kecamatan. Selain itu penyuluh sebagai ujung tombak juga memberikan andil yang besar dalam proses penyuluhan pertanian.

Dalam konteks model penyuluhan ini Lembaga Penyuluhan dan penyuluh lebih berperan aktif dalam proses penyuluhan tersebut. Dengan konsep yang dikenal sebagai LAKU menjadikan lembaga penyuluhan dengan penyuluhnya sebagai lokomotif dalam penyuluhan pertanian. Akibatnya proses transformasi dapat berlangsung cepat dan meluas karena dilakukan dengan model komunikasi kelompok. Kondisi ini didukung dengan program-program pemerintah dalam pendanaan mulai dari BIMAS, INMAS, INSUS, sampai SUPRA INSUS dan program lain yang memudahkan kelompok tani memperoleh akses pendanaan seperti KUT. Dalam perkembangannya kemudian muncullah kelompok-kelompok tani di berbagai wilayah di Indonesia, baik kelompok tani tanaman pangan, perkebunan, perikanan, maupun kelompok ternak dan kelompok petani lainnya.

Namun dalam perkembangannya model penyuluhan pertanian ini memunculkan kelompok tani dan petani yang tergantung pada lembaga penyuluhan dan penyuluh. Hal ini mengakibatkan keberhasilan kelompok tani dan petani tergantung lembaga penyuluhan dan penyuluh. Dengan kata lain petani dan kelompok tani akan kehilangan kemandirian dalam melakukan proses transformasi teknologi dan dalam berusahatani.

Tulisan ini bertitik tolak dari asumsi bahwa model penyuluhan pertanian dengan menggunakan pendekatan kelompok telah mengalami titik jenuh, sehingga perlu dicari model lain dalam penyuluhan agar transformasi teknologi dapat berjalan dengan baik tetapi petani dapat menjadi lebih mandiri. Tulisan ini

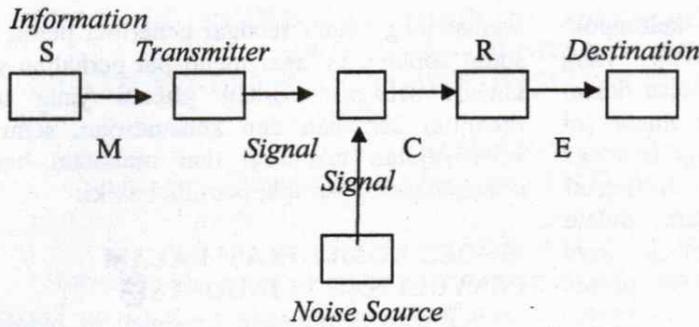
memandang petani sebagai penerima pesan dari sudut komunikasi agar mendapat perhatian yang khusus sebagai seorang pribadi yang utuh, memiliki kemauan dan kemandirian, sehingga keberlanjutan teknologi dan usahatani berada ditangan petani sebagai pemilik hakiki.

MODEL KOMUNIKASI DALAM PENYULUHAN DI INDONESIA

Proses penyuluhan pertanian di Indonesia menggunakan pendekatan kelompok formal. Kelompok formal disini merupakan suatu kelompok yang sengaja dibentuk untuk pelaksanaan dan realisasi tugas tertentu, yang anggota-anggotanya diangkat dan dilegitimasi oleh suatu badan atau organisasi terutama pihak desa. Kondisi ini menyebabkan model penyuluhan yang sampai saat ini berkembang di Indonesia menggunakan model komunikasi kelompok.

Dalam perkembangannya kemudian muncullah kelompok-kelompok tani di berbagai wilayah di Indonesia, baik kelompok tani tanaman pangan, perkebunan, perikanan, maupun kelompok ternak dan kelompok petani lainnya. Dalam model penyuluhan ini Lembaga penyuluhan dan penyuluh lebih berperan aktif dalam proses penyuluhan tersebut. Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) sebagai satu-satunya lembaga penyuluhan meluncurkan program dikenal dengan istilah LAKU menjadikan BPP sebagai lembaga penyuluhan dengan penyuluhnya sebagai lokomotif dalam perkembangan petanian di Indonesia.

Proses komunikasi yang digunakan dalam komunikasi kelompok adalah model S-M-C-R-E (*source / sumber, message / pesan, channel / saluran, receiver / penerima, effect / pengaruh*). Model ini berhubungan erat dengan elemen-elemen difusi yang terdiri dari inventor, inovasi, saluran, anggota dalam sistem sosial dan konsekuensi. Model komunikasi S-M-C-R-E yang digunakan mengadopsi model Shannon dan Weaver (Mulyana, 2007). Model ini menggambarkan proses linier yang satu arah dalam suatu proses komunikasi seperti pada Gambar 1.



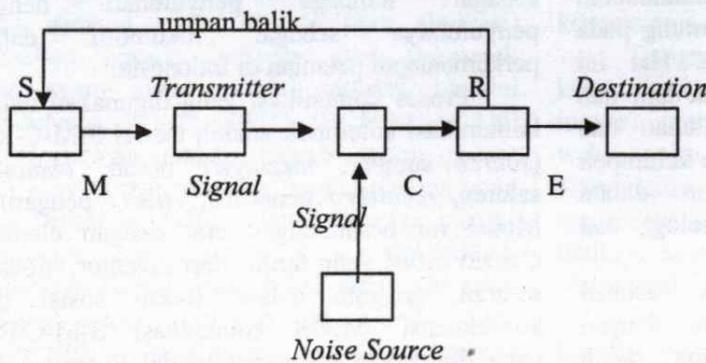
Gambar 1. Model Komunikasi Shannon dan Weaver

Model komunikasi Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan suatu pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi suatu sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Dalam percakapan, sumber informasi adalah otak, transmiternya adalah mekanisme yang menghasilkan sinyal (kata-kata yang terucap) yang ditransmisikan lewat udara sebagai saluran. Penerima (*receiver*), yakni mekanisme pendengaran, melakukan operasi yang sebaliknya yang dilakukan transmitter dengan merekonstruksi pesan dari sinyal, sasaran adalah otak yang akan menjadi tujuan pesan itu.

Konsep penting dalam model ini adalah adanya gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang

dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini bisa merupakan interferensi statis atau suatu panggilan telepon, musik atau sirine di luar rumah. Gangguan tersebut selalu ada dalam saluran bersama pesan yang diterima oleh penerima. Kelemahan model ini adalah bahwa model ini memberikan gambaran yang parsial mengenai proses komunikasi, komunikasi dipandang sebagai fenomena yang statis dan satu arah, sehingga tidak ada konsep umpan balik.

Dalam perkembangan berikutnya proses komunikasi ini mengalami perubahan dengan munculnya umpan balik dari petani atau kelompok tani. Umpan balik berfungsi untuk mengurangi adanya gangguan dalam komunikasi. Model komunikasi ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Komunikasi Shannon dan Weaver yang dimodifikasi

Model komunikasi ini meskipun sudah lebih baik, namun masih menyisakan kendala bagi proses transformasi pertanian. Kendala utama proses komunikasi model terletak pada masih digunakannya model pendekatan kelompok. Model pendekatan kelompok terutama terlihat dari model ceramah dalam pertemuan kelompok, kunjungan kelompok dan pembuatan demonstrasi usahatani kelompok. Akibat yang kemudian timbul adalah munculnya kesenjangan

diantara anggota kelompok dalam tranformasi teknologi pertanian karena heterogenitas karakter anggota kelompok yang tinggi. Semakin heterogen kelompok tani maka akan semakin lebar kesenjangan dalam tranformasi teknologi pertanian.

KARAKTER PETANI INDONESIA

Menurut Soemardjan (2002), sebagian besar petani di Indonesia termasuk petani gurem. Karakteristik petani gurem secara sosial budaya

adalah petani yang hidup di luar kota, berteknologi sederhana, berkebudayaan dengan fokus pada sistem sosial yang mengutamakan kekeluargaan, kerukunan, kedamaian dan harmoni antara manusia dengan masyarakat, dan antara masyarakat dengan alam. Petani lebih menggunakan budaya sosial daripada budaya ekonomi, berarti petani lebih mengunggulkan nilai-nilai sosial daripada nilai-nilai ekonomi. Kondisi ini masih ditambah lagi dengan tingkat pendidikan yang cenderung rendah. Data Sakernas (BPS, 2002) menunjukkan pada tahun 2000 tingkat pendidikan petani di Indonesia 40 persen hanya berpendidikan SD. Selain itu dalam perilaku ekonomi petani dipengaruhi oleh orientasi budaya yang tercermin dalam asas resiprositas sebagai akibat adanya persamaan nasib karena hidup dalam lingkungan yang sama, lingkungan yang memberi batasan dalam gerak penduduknya. Batasan-batasan gerak tersebut menyebabkan keterikatan masyarakat dengan tanah kelahiran atau *sedentary* dan terhadap kekerabatan menjadi sangat kuat.

Batas-batas budaya sosial ekonomi itu melemahkan petani berproduksi untuk pasar. Baru kalau produksi usahataniya melebihi keperluan rumahtangga, petani menjual surplus produksinya kepada pembeli umum. Oleh karena itu perubahan hendaknya diarahkan sedemikian rupa sehingga nilai-nilai dalam budaya sosial direformasi dengan sadar agar menjadi sesuai dengan nilai-nilai dalam ekonomi.

Kondisi sosial budaya perdesaan ini akan menimbulkan kendala dalam pengembangan usahatani, baik secara teknis, sosial dan ekonomi. Dari segi teknis beberapa hal yang menjadi penyebab antara lain : tingkat pengetahuan dan kesadaran petani akan pentingnya penerapan teknologi pengolahan hasil masih sangat terbatas, kurangnya tenaga yang terampil (*Technical Skill*) dalam mengoperasikan alat mesin pengolahan, dukungan perbengkelan dalam perbaikan, perawatan dan penyediaan suku cadang alat mesin masih rendah karena kemampuan permodalan bengkel alsintan masih lemah dan kesulitan dalam memperoleh permodalan. Hal ini ditambah dengan kondisi introduksi beberapa teknologi belum sesuai dengan kebutuhan petani dan belum bersifat lokal spesifik, belum memadainya infrastruktur seperti jalan yang memadai sehingga menyulitkan petani/kelompok dalam memasarkan produk olahannya, penyebaran alsin pengolahan masih terbatas dan kurangnya tenaga pembina yang terampil dalam bidang pengolahan dibanding

tenaga pembina pada kegiatan-kegiatan pra panen.

Dari segi sosial beberapa hal yang terdapat pada masyarakat di perdesaan yang menjadi kendala dalam pengembangan usahatani antara lain introduksi teknologi pengolahan pada daerah-daerah yang padat penduduknya ada kecenderungan menimbulkan gesekan/friksi sosial dan kebiasaan petani dalam melakukan kegiatan pengolahan secara tradisional menyulitkan dalam penerapan teknologi yang baik dan benar, Daerah-daerah tertentu yang mempunyai budaya pengolahan hasil yang teknologinya diterima secara turun temurun, sehingga mereka sering mempunyai sifat tertutup terhadap introduksi teknologi. Dari segi ekonomi beberapa hal yang terdapat pada masyarakat di perdesaan yang menjadi kendala dalam pengembangan usahatani antara lain daya beli petani terhadap teknologi pengolahan rendah, sehingga permintaan alsin juga relatif rendah.

Kondisi ini ditambah lagi dengan terbatasnya lembaga ekonomi kerakyatan dan lembaga pengembangan teknologi yang ada di perdesaan. Beberapa lembaga ekonomi dan pengembangan teknologi yang lazim ada di perdesaan antara lain:

1. Lembaga Kemasyarakatan Desa, seperti LMD, LKMD, PKK, BKM, KPD dan lainnya yang berbasiskan pada ikatan sosial dan hubungan ekonomi. Namun lembaga-lembaga tersebut belum memberikan peran yang optimal dalam manajemen perekonomian desa.
2. Kelembagaan pasar, seperti KUD yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat baru dapat dinikmati oleh sebagian petani kecil.
3. Kelembagaan permodalan, seperti Bank Desa belum mampu sepenuhnya menjadi lokomotif masuknya modal ke desa, bahkan sebaliknya menambah aliran yang kuat modal masuk ke kota dari desa.
4. Kelembagaan kelompok tani, ternak atau ikan yang sebenarnya hanya didominasi oleh petani-petani maju, sehingga petani lainnya hanya sekedar sebagai pelengkap.

Kondisi sosial ekonomi perdesaan saat ini diperparah dengan banyaknya pengaruh dari media masa, terutama televisi, menyebabkan perubahan pada pola hidup masyarakat desa. Penduduk yang dulunya terkenal dengan sifat kekeluargaan dan kegotong royongannya, sekarang sudah mulai berubah menjadi makhluk individualis. Namun, perubahan pola hidup

kemungkinan komunikasi itu berhasil atau pesan komunikasi dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Sebaliknya, komunikan akan mengabaikan pesan komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasinya. Di sini penyuluh berperan untuk memahami dan menumbuhkan motivasi petani dalam berusaha.

Hambatan sosio-kultural muncul karena perbedaan sosio-kultural diantara petani. Perbedaan budaya akan menyebabkan perbedaan norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat. Norma sosial mencerminkan sifat-sifat yang hidup pada suatu masyarakat dan dilaksanakan sebagai alat pengawas secara sadar maupun tidak sadar oleh masyarakat terhadap anggotanya. Sanksi pelanggaran terhadap norma sosial antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya berbeda. Inilah yang harus diperhatikan seorang komunikator dalam melakukan kegiatan komunikasi massa. Selain keragaman budaya, keragaman bahasa juga dapat menjadi penghambat dalam komunikasi. Hambatan sosiokultural yang sering muncul berupa hambatan pendidikan. Heterogenitas komunikan dalam tingkat pendidikan sangat menyulitkan komunikator dalam menyusun dan menyampaikan pesan komunikasi. Masalah timbul bila komunikan yang berpendidikan rendah tidak mampu memahami pesan yang disampaikan komunikator karena keterbatasan daya nalar dan daya tangkapnya.

Hambatan interaksi verbal terkait dengan pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi kelompok, terutama pihak petani. Jenis-jenis hambatan interaksi verbal dalam komunikasi kelompok antara lain polarisasi, orientasi intensional, evaluasi statis dan indiskriminasi. Dari keempatnya evaluasi statis dan indiskriminasi merupakan hal yang kadang kurang diperhatikan. Evaluasi statis adalah penilaian terhadap seseorang yang didasarkan pada kesan pertama, misalnya; suatu hari kita mendengarkan ceramah X tentang pupuk organik. Menurut persepsi kita, cara berkomunikasinya kurang baik dan tidak menarik, sehingga kita mempunyai kesan komunikator X tidak baik. Penilaian ini bersifat statis, karena sesuai perkembangan waktu mungkin waktu lain akan menyampaikan pesan komunikasi dengan lebih baik. Akibatnya ketika petani sudah memiliki penilaian tertentu terhadap penyuluh maka begitulah seterusnya penilaian petani terhadap penyuluh.

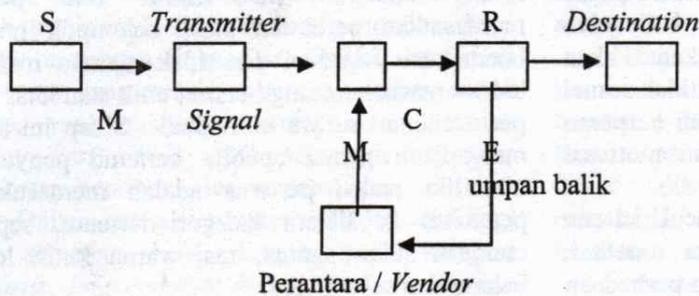
Indiskriminasi merupakan pengingkaran terhadap kekhasan atau karakteristik seseorang.

Jenis hambatan ini terjadi bila petani memusatkan perhatian pada kelompok orang, benda atau kejadian dan tidak mampu melihat bahwa masing-masing bersifat unik atau khas dan perlu diamati secara individual. Sikap ini akan menjadikan petani apabila bertemu penyuluh, memiliki reaksi pertama adalah memasukkan penyuluh ke dalam kategori tertentu, seperti menurut suku, agama, ras, warna kulit, logat bahasa dan sebagainya.

Hambatan mekanis terkait dengan hambatan teknis sebagai konsekuensi penggunaan media massa. Hambatan mekanis terjadi karena adanya gangguan pada saluran komunikasi. Oleh karena itu pengetahuan penyuluh tentang teknis media yang digunakan sangat diperlukan untuk kelancaran komunikasi dengan petani.

Hambatan-hambatan di atas muncul sebagai konsekuensi digunakannya model komunikasi kelompok dalam penyuluhan pertanian. Untuk mengatasinya diperlukan juga suatu model yang merupakan gabungan komunikasi kelompok dengan komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*). Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Meskipun setiap orang dalam komunikasi antarpribadi bebas mengubah topik pembicaraan, kenyataannya komunikasi antarpribadi bisa saja didominasi oleh suatu pihak (Mulyana, 2007).

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena dapat menggunakan kelima alat indera untuk mempertinggi daya bujuk pesan kita. Sebagai komunikasi paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi (Mulyana, 2007). Oleh karena itu perlu perubahan model dalam komunikasi antara penyuluh dengan petani dengan model seperti pada Gambar 3.



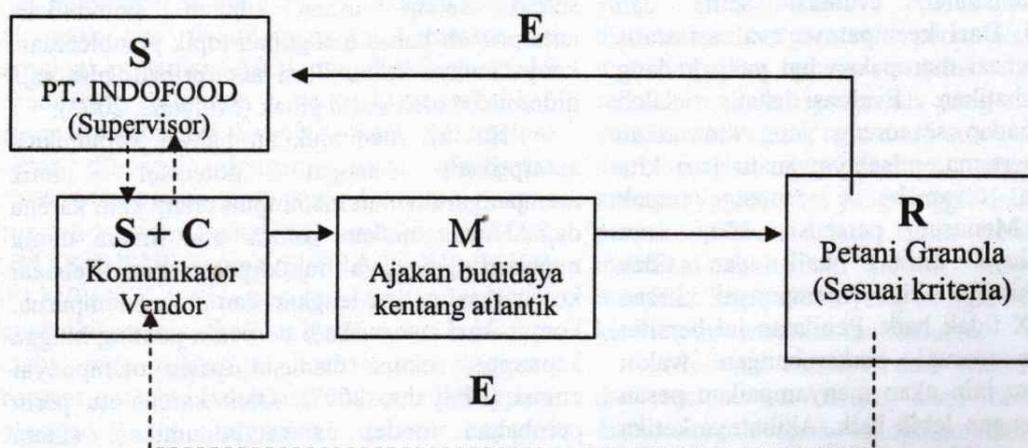
Gambar 3. Model Komunikasi Shannon dan Weaver yang dimodifikasi untuk Komunikasi Kelompok dan Antar Pribadi

Dalam Gambar 3 terdapat seorang perantara atau *vendor* yang dalam hal ini dapat diwakili oleh petani andalan atau agen dari pembawa teknologi pertanian. Secara sederhana konsep ini mengaplikasikan hasil penelitian Widiasmoro, (1999) bahwa komunikasi yang paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku komunikan adalah komunikasi interpersonal. Hal ini dikarenakan dalam proses komunikasi interpersonal antara komunikator dengan komunikan dapat langsung secara tatap muka dan umpan balik secara langsung. Selanjutnya dikatakan efektif karena di dalamnya mencakup lima hal (faktor), yaitu keterbukaan, empati, dukungan, kepositifan dan kesamaan.

Hal ini juga sesuai dengan tujuan utama komunikasi yang menurut Chandra, (2006) adalah untuk membangun/menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami atau mengerti bukan berarti harus menyetujui tetapi mungkin dengan komunikasi

terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara social. Proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan diharapkan sedapat mungkin dapat dimengerti oleh komunikan secara maksimal. Apabila komunikan telah paham dan kemudian menerima pesan yang diberikan oleh komunikator, maka dapat memberikan efek komunikasi yang tampak berupa perubahan tindakan oleh komunikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pitasari (2007) tentang proses komunikasi PT. Indofood-Vendor-Petani Kentang Di Desa Dieng Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo memberikan gambaran yang jelas konsep ini. Pada tahap awal PT Indofood membentuk supervisor lapangan yang bertugas mencari lokasi-lokasi baru untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, kemudian PT Indofood membentuk vendor (petani perantara). Model komunikasi yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Model komunikasi PT. Indofood-Vendor-Petani Kentang dengan Komunikasi Kelompok dan Antar Pribadi

Keterangan: —> : Proses komunikasi antarpribadi dan kelompok
 - - -> : Komunikasi antarpribadi

Media yang digunakan supervisor untuk berkomunikasi dengan petani, hanya sebatas secara *face to face*, *verbal* atau secara lisan. Berkembangnya informasi tentang adanya tawaran kerjasama dari PT. Indofood kepada petani untuk membudidayakan kentang varietas atlantik hanya sebatas dari mulut kemulut atau antarpribadi. Hal ini dilakukan oleh supervisor karena beberapa pertimbangan yaitu apabila supervisor melakukan penyebaran informasi secara kelompok, maka semakin banyak masyarakat yang mengetahui tentang kerjasama tersebut, maka kemungkinan besar semakin banyak pula masyarakat yang menginginkan untuk bekerjasama membudidayakan varietas Atlantik. Apabila hal ini terjadi, dengan keterbatasan benih supervisor tidak mengenal karakter petani yang menginginkan kerjasama membudidayakan varietas atlantik sehingga benih diberikan pada petani yang salah.

Tugas vendor tidak hanya sebagai supplier tetapi vendor juga memiliki tugas membudidayakan kentang varietas atlantik, menjadi koordinator petani dan mengkoordinir pemesanan bibit, pengiriman hasil, maupun penjadwalan panen, dan bertanggungjawab kepada supervisor dalam pelaporan data-data administrasi petani

Pembagian tugas antara supervisor dan vendor adalah 40% dan 60%, yang intinya saling berkoordinasi dan saling bekerjasama mendampingi petani. Untuk pengambilan keputusan menjadi tanggungjawab supervisor sepenuhnya. Begitupula petani yang akan diajak bekerjasama oleh vendor harus mendapatkan perizinan terlebih dahulu oleh supervisor. Perbedaan sebelum menjadi vendor dengan setelah menjadi vendor, terletak pada intensitas pertemuan. Setelah menjadi vendor, seseorang lebih sering bertemu dan berdiskusi dengan supervisor dibandingkan sebelum menjadi vendor.

Komunikasi yang dilakukan oleh vendor mengandalkan komunikasi antarpribadi. Dikatakan sebagai komunikasi antarpribadi karena terjadinya komunikasi tidak direncanakan secara sistematis dan memberitahukan kepada vendor melalui media komunikasi *handphone* atau datang ke rumahnya vendor. Letak ladang yang dimiliki vendor untuk membudidayakan tanaman kentang varietas atlantik telah berada di pinggir jalan sehingga siapapun dapat melihatnya. Media yang diandalkan oleh vendor hanya berupa lisan dan verbal akan tetapi bila

memerlukan alat bantu, menggunakan media lain seperti papan tulis, kertas ataupun spidol. Vendor akan menggunakan alat bantu tersebut untuk menjelaskan tentang budidaya tanaaman kentang varietas atlantik .

Petani yang telah membudidayakan kentang varietas atlantik, kemudian diatur secara perlahan mulai ditinggalkan oleh vendor maupun supervisor. Komunikasi secara personal masih terus berlanjut antara petani dengan vendor maupun supervisor, hanya saja komunikasi lebih berfokus pada interaksi masyarakat. Vendor di Desa Dieng juga bertindak sebagai pemuka agama yang mengisi kegiatan keagamaan di masjid-masjid. Sehingga setiap hari selalu berinteraksi dengan masyarakat di Desa Dieng, terutama pada saat waktu-waktu ibadah shalat jamaah lima waktu di masjid.

PENUTUP

Penyebaran informasi pertanian melalui penyuluhan pertanian pada saat ini masih menggunakan komunikasi kelompok. Hasil yang diperoleh memang dalam waktu singkat dapat mencapai jumlah petani yang relatif banyak dalam satu kelompok. Namun akibat yang kemudian muncul adalah adanya ketergantungan petani dan kelompok tani kepada penyuluh, yang pada akhirnya akan menjadikan petani tidak mandiri dalam berusahatani.

Dengan menggunakan model komunikasi kelompok menyebabkan adanya beberapa petani yang tertinggal atau ditinggalkan dalam proses transformasi teknologi pertanian karena karakter petani sendiri, seperti pendidikan yang rendah dan usia yang relatif tidak muda lagi. Hal ini menyebabkan petani merasa terpinggirkan, merasa tidak *diuwongke* (tidak dianggap sebagai manusia yang utuh) dan merasa tidak *diopeni* (diperhatikan).

Untuk itu perlu perubahan model komunikasi dengan menggabungkan antara pendekatan komunikasi kelompok dengan komunikasi antar pribadi. Komunikasi antar pribadi dapat berjalan dengan baik apabila ada "perantara" atau vendor antara penyuluh dengan petani. Perantara disini juga merupakan petani yang telah heboh dahulu melakukan adopsi teknologi atau petani andalan. Dengan model komunikasi antar pribadi diharapkan proses komunikasi dengan petani dapat berjalan dengan baik, sehingga petani tidak terasa telah melakukan proses transformasi teknologi pertanian, sementara dirinya tetap merasa

sebagai seorang individu yang utuh yaitu petani memiliki kemauan dan kemandirian.

DAFTAR PUSTAKA

- Biro Pusat Statistik. 2002. *Statistik Indonesia 2001*. Biro Pusat Statistik. Jakarta.
- Chandra, Ade. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. <http://aurajogja.files.wordpress.com/2006/09/pengantar-ilmukomunikasi-a5.pdf>. Pengantar Ilmu. (10 Juli 2007).
- Hanafi, Abdillah. *Memasyarakatkan Ide-ide Baru. Usaha Offset printing*. Surabaya.
- Hendra. 2007. Komunikasi. <http://www.siutao.com>. (20 Juli 2007)
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Pitasari, Diah Kusuma. 2007. *Proses Komunikasi PT. Indofood-Vendor-Petani Kentang Di Desa Dieng Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo*. Faperta UPN "Veteran" Yogyakarta. Skripsi.
- Prijosaksono, Aribowo dan Sembel, Roy. 2002. *Komunikasi Yang Efektif* <http://www.inline.or.id>. (20 Juli 2007).
- Rogers, Everett M. 1958. *Diffusion and Inovation*. The Free Press. New York.
- Scott, JC. 1983. *Moral Ekonomi Petani*. LP3ES. Jakarta.
- Soekartawi. 1988. *Prinsip dasar Komunikasi Pertanian*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Soemardjan, Selo. 2002. Hubungan Budaya Sosial dan Budaya Ekonomi. Prosiding Lokakarya Nasional 2002. *Masalah Kesiapan Indonesia Menghadapi pemberlakuan AFTA 2003: Suatu Tinjauan terhadap peluang dan Tantangan Sumberdaya Manusia Indonesia Khususnya di Bidang Pertanian*. Faperta UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Widiasmoro, Bambang. 1999. *Hubungan Faktor-Faktor Efektivitas Komunikasi Interpersonal Dengan Sikap Komunikan*. (Tidak Dipublikasikan). Yogyakarta : Jurusan Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta.