

**Strategi Komunikasi dalam Diseminasi Teknologi Pembuatan Pelet Kelinci
Berbasis Pemetaan Pengguna Di Desa Gantang Kecamatan Sawangan
Kabupaten Magelang**

***Communication Strategy in Dissemination of Technology Rabbit Pellet Making
Based on User Mapping In Gantang Village Sawangan District
Magelang Regency***

¹Maichel Renata, ²Susanto, ³Joko Daryatmo

^{1,2,3}*Program Studi Penyuluhan Peternakan dan Kesejahteraan Hewan
Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta-Magelang
Jl. Magelang Kopeng Km. 7, Tegalrejo, Magelang
¹email : maichelrenat@gmail.com*

ABSTRAK

Diseminasi inovasi teknologi pembuatan pelet kelinci merupakan usaha mentransfer inovasi teknologi dari sumber (individu dan lembaga) kepada pengguna utama atau petani. Penggunaan strategi dengan basis pemetaan pengguna diyakini mampu menjadi salah satu stimulus terjadinya komunikasi diseminasi inovasi teknologi yang efektif dan efisien. Tujuan penelitian ini yaitu (1) mengetahui strategi komunikasi diseminasi inovasi teknologi pembuatan pelet kelinci di Desa Gantang, (2) mengetahui hubungan faktor-faktor dominan (basis pemetaan pengguna: karakteristik petani, inovasi dan lingkungan) dengan strategi komunikasi diseminasi inovasi teknologi pembuatan pelet kelinci. Tugas Akhir dilaksanakan dari tanggal 2 Maret sampai dengan 2 Mei 2020 di Desa Gantang Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang dengan menggunakan metode survei deskriptif eksplanatori. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 30 petani, pemilihan dengan kriteria tertentu. Analisis data menggunakan analisis kuantitatif, meliputi analisis statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk melakukan analisis terhadap peubah-peubah untuk membangun suatu pemetaan terhadap kondisi masyarakat. Sementara analisis statistik inferensial menggunakan analisis korelasional, dengan uji korelasi rank Spearman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi diseminasi inovasi teknologi pembuatan pelet adalah dengan demonstrasi cara. Selain itu faktor dominan berbasis pemetaan pengguna yang menyebabkan beragam atau tidaknya media komunikasi yang dapat digunakan secara signifikan dalam strategi komunikasi diseminasi inovasi teknologi pembuatan pelet adalah (1) Kosmopolitan pada karakteristik petani, (2) Keuntungan relatif, dapat dicoba dan dapat diamati pada karakteristik inovasi, (3) Ketersediaan sarana produksi dan informasi pada lingkungan fisik, (4) Dukungan sistem sosial, dukungan mitra usaha, dan dukungan keluarga pada lingkungan sosial.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, Pelet kelinci, Pemetaan pengguna

ABSTRACT

Dissemination of technological innovations making rabbit pellets is an attempt to transfer technological innovations from sources (individuals and institutions) to major users or farmers. The use of strategies based on user mapping is believed to be able to be one of the stimuli for the effective and efficient communication of disseminating technological innovations. The objectives of this study are (1) to know the communication strategy of disseminating the innovation of rabbit pellet making technology in the village of Gantang, (2) to know the relationship of dominant factors (based on user mapping: characteristics of farmers, innovation and environment) with the communication strategy of disseminating the innovation of rabbit pellet making technology. The study was carried out from March 2 to May 2, 2020, in Gantang Village, Sawangan District, Magelang Regency using an explanatory descriptive survey method. The number of respondents in this study was 30 farmers, with purposive selection. Data analysis uses quantitative analysis, including descriptive and inferential statistical analysis. Descriptive statistics are used to analyze the variables to build a mapping of community conditions. While inferential statistical analysis uses correlational analysis, with the rank Spearman correlation test. The results showed that the communication strategy of disseminating innovation in pellet making technology was by demonstration. In addition, the dominant factor based on user mapping that causes a variety of communication media that can be used significantly in the communication strategy of disseminating pellet making technology innovation is (1) Cosmopolitanism on the characteristics of farmers, (2) The relative benefits, can be tried and can be observed in the characteristics of innovation, (3) Availability of production facilities and information in the physical environment, (4) Social system support, business partner support, and family support in the social environment.

Keywords: *Communication strategy, Rabbit pellet, User mapping.*

PENDAHULUAN

Kelinci termasuk hewan mamalia dari famili Leporidae, yang dapat ditemukan di berbagai bagian bumi. Ada banyak yang bisa diambil manfaat dari hewan kelinci, seperti daging dan kulitnya. Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam budidaya kelinci adalah pakan (Arnando, 2017).

Pelet merupakan teknologi inovasi dibidang pakan ternak yang dibuat untuk mempermudah pemberian makan kelinci dalam mencukupi kebutuhan nutrisi harian. Pemberian konsentrat untuk pakan kelinci dapat berupa pelet, bekatul, bungkil kelapa, bungkil kacang tanah, ampas tahu, ampas tapioka atau galek (Arnando, 2017).

Desa Gantang, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang memiliki populasi kelinci sekitar 350 ekor yang masih mengandalkan rumput sekitar dan pakan pabrik, dengan sumber daya yang ada diharapkan komoditas ini dapat terus berkembang. Selain itu Desa Gantang juga memiliki beberapa daerah tertinggal, mengingat perbedaan topografi dari beberapa daerah seperti topografi yang tinggi dan yang rendah, berlereng atau berbukit mengakibatkan sulitnya petani mengakses informasi yang memadai untuk kebutuhannya. Selain kondisi alam, budaya, tingkat pendidikan,

kultur, ekonomi, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta terbatasnya sarana-prasarana yang berbeda dari satu tempat dengan tempat lainnya berpengaruh terhadap proses diseminasi.

Budaya yang sangat beragam turut mempengaruhi etos kerja para petani, keadaan tersebut mempengaruhi aksesibilitas petani terhadap informasi teknologi pertanian. Keberagaman budaya, sosial, politik, etos kerja, ekonomi yang sangat berbeda dari satu kabupaten ke kabupaten lainnya bahkan antar kecamatan, maka selayaknya melakukan program diseminasi juga berbeda, menyesuaikan pada keadaan karakteristik masyarakat dan wilayah setempat sekaligus menjadi tantangan penyuluh lapangan di Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang yang memiliki fungsi dan peranan sebagai jembatan berbagai informasi inovasi teknologi baru yang akan diberikan kepada petani.

Basis pemetaan pengguna dipercaya dapat menjadi salah satu pendorong terjadinya komunikasi dalam diseminasi teknologi yang efektif dan efisien. Diseminasi inovasi teknologi pertanian dapat diartikan secara parsial menurut unsur kata pembentuknya yang terdiri dari kata diseminasi dan rangkaian kata inovasi pertanian. Diseminasi, sudah menjadi istilah umum yang digunakan sebagai sinonim dari penyebaran. Istilah tersebut dapat digunakan dalam berbagai bidang, baik di sektor pertanian maupun sektor di luar pertanian. Hal ini sejalan bahwa istilah bahasa Inggris dari diseminasi adalah *dissemination* bermakna *to spread atau to distribute*.

Konteks pembangunan pertanian, diseminasi diartikan secara praktis sebagai cara dan proses penyampaian hasil-hasil pengkajian teknologi kepada masyarakat atau pengguna untuk diketahui dan dimanfaatkan. Keberhasilan kegiatan diseminasi yang efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi (Nurhayati, 2016). Basis pemetaan pengguna dipercaya dapat menjadi salah satu pendorong terjadinya komunikasi dalam diseminasi teknologi yang efektif dan efisien.

Pemetaan pengguna mengambil variabel spesifik masyarakat tani dan ternak perkomoditas dan perlokasi agar mendapatkan gambaran jelas mengenai kendala, peluang dan potensi yang dapat dilakukan oleh stakeholder terkait, sehingga penerapan teknologi khususnya pembuata pelet kelinci dapat dicapai dengan waktu relatif cepat dan tepat. Hal ini sejalan dengan pendapat Nurhayati (2016) yang mengatakan bahwa basis pemetaan pengguna merupakan cara yang tepat untuk mengantisipasi kegagalan penerapan teknologi dengan berorientasi kepada karakteristik petani, perubahan perilaku petani, lingkungan fisik dan sosial.

Oleh sebab itu dalam melakukan diseminasi teknologi pembuatan pelet kelinci di Desa Gantang dibutuhkanlah strategi komunikasi yang tepat agar inovasi dapat terdiseminasikan dengan baik dan benar sehingga diharapkan proses diseminasi dapat berjalan secara efektif dan efisien.

MATERI DAN METODE

Penelitian diarahkan agar membuat suatu strategi komunikasi yang tepat dalam melakukan diseminasi pembuatan pelet kelinci yang berbasis pada pemetaan pengguna, menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Peneliti berusaha melihat hubungan strategi komunikasi dalam diseminasi inovasi teknologi pembuatan kelinci berbasis pemetaan pengguna di Desa Gantang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Untuk mencapai tujuan penelitian, maka penelitian ini dirancang dengan metode penelitian deskriptif survei yang menurut

(Nursalam, 2003) dalam Kuntjojo (2009) dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fakta-fakta atau hubungan antar variabel.

Penelitian ini dilakukan di Desa Gantang, Kabupaten Magelang. Desa Gantang merupakan salah satu desa pengembang peternakan kelinci di Kabupaten Magelang. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan 2 Maret sampai dengan 2 Mei 2020.

Desa Gantang memiliki 8 kelompok tani. Populasi yang diambil adalah peternak kelinci di Desa Gantang yang mencapai 112 orang. Sampel yang diambil adalah petani Desa Gantang dengan cara dipilih dengan sengaja (purposive sampling) dengan kriteria sebagai berikut: aktif mengikuti kegiatan penyuluhan, dan memiliki ternak kelinci. Sampel diambil secara acak dengan kriteria tertentu. Hadi (2004) mengatakan bahwa purposive random sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan pertimbangan-pertimbangan yang dibuat oleh peneliti. Selain itu Sugiyono (2012), menyatakan bahwa untuk mencegah error dalam beberapa analisis menggunakan SPSS minimal sampel adalah 25. Sehingga terpilih 30 peternak yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum kuesioner dibagikan kepada responden. Mengacu pada penelitian Janti (2014), instrumen yang sudah dibuat kemudian diuji cobakan kepada responden di luar sampel pengkajian sebanyak minimal 10% maka dipilih lima responden asal Desa Tirtosari. Setelah diuji, didapatkan kuesioner yang valid berjumlah 29 dan reliabel berjumlah 29 dengan nilai alpha 0,762. Untuk uji validitas instrumen, instrumen penelitian ini telah dilakukan uji validitas konstruk dengan menggunakan SPSS Versi 20.

Pengolahan data yang dilakukan dengan melalui tahapan editing, coding, dan tabulasi sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Product and Services Solution*) atau yang sekarang disebut PASW (*Predictive Analytics Software*) ver.26 for Windows. Analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yang meliputi analisis deskriptif dan inferensial. Analisis statistik deskriptif menggunakan frekuensi, persentase, rata-rata skor, total rata-rata skor, median dan persentil. Untuk analisis statistik inferensial menggunakan analisis korelasional, dengan uji korelasi Rank Spearman. Rumus Korelasi Rank Spearman adalah sebagai berikut:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

- ρ = koefisien korelasi
- $\sum d^2$ = total kuadrat selisih antar ranking
- n = jumlah sampel penelitian

Pengambilan keputusan signifikansi hubungan antar variabel dalam penelitian dilihat berdasarkan tabel pengambilan keputusan sebagai berikut:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Wilayah

Wilayah Desa Gantang merupakan salah satu desa dari beberapa desa dari Kecamatan Sawangan yang memiliki seluas 442,99 ha terdiri dari 11 dusun. Rata-rata

bulan basah Desa Gantang adalah 7 bulan, bulan lembab 2 bulan dan bulan kering 3 bulan dengan tanah sawah 650 mdpl tanah kering 825 mdpl. Kemiringan lahan <15 derajat dengan topografi landai, bergelombang dan berbukit. Tipe tanah 80% latosol dan 20% aluvial. Mayoritas pekerjaan warga Desa gantang adalah petani dan buruh tani.

Strategi Komunikasi Diseminasi Inovasi Teknologi Pembuatan Pelet

Strategi komunikasi diseminasi adalah cara atau teknik praktis berkomunikasi didalam proses melakukan diseminasi. Beberapa tahapan dalam diseminasi diperlukan pemilihan atau penggunaan komunikasi yang tepat, misalnya dengan menggunakan dan pemilihan media (media massa atau media interpersonal). Menurut Nurhayati (2016) metode komunikasi diseminasi sangat penting dikarenakan seringkali terjadi diseminasi dengan keinginan jangkauan yang luas akan tetapi tidak efisien dan efektif.

Tabel 1. Deskripsi Rataan Skor Strategi Komunikasi Diseminasi Inovasi Teknologi Pembuatan Pelet Kelinci di Desa Gantang

Strategi Komunikasi Diseminasi	Skor Terendah	Skor Tertinggi	Rataan Skor*
Siaran Radio	1	3	2.43
Siaran TV	1	4	2.80
Internet	2	4	2.50
Diskusi/Musyawaharah	2	4	3.33
Demcar	3	4	3.63
Ceramah	2	4	2.87
Pelatihan	1	3	2.27
Majalah	1	3	2.60
Total			2.80

Keterangan: *) interval skor 2,27-2,61 = rendah; 2,62-2,97 sedang; 2,97-3,32 = tinggi; 3,32-3,67 = sangat tinggi

Sumber: Data diolah 2020

Ragam media yang ditunjukkan dalam media diseminasi memperlihatkan rata-rata penggunaan ragam media komunikasi pendiseminasian tergolong sedang. Petani di Desa Gantang paling menyukai menggunakan strategi komunikasi berupa demonstrasi cara. Strategi dengan skor tertinggi kedua adalah diskusi atau musyawarah, ceramah dan siaran TV dengan skor tertinggi ke tiga dan ke empat, majalah dan penggunaan internet pada posisi ke lima dan ke enam, siaran radio pada posisi ke tujuh dan skor rataaan terendah pada Pelatihan.

Dari rataaan skor diatas terlihat penggunaan internet, siaran radio, Pelatihan menempati posisi tiga terbawah dan demonstrasi cara menjadi yang paling disukai. Kondisi ini didukung dengan pendapat Kepala Desa Gantang yang didapat dari proses wawancara, menyebutkan bahwa petani Desa Gantang terbiasa melakukan aktifitas dilapangan sehingga sulit menerima informasi tanpa melakukan demonstrasi langsung selain itu masih belum mempunyai mengakses informasi dari internet dikarenakan geografis Desa Gantang yang berbukit menyebabkan sulitnya mendapatkan sinyal gawai. Kepala Desa Gantang juga mengatakan bahwa rendahnya penerimaan informasi dari pemerintah dikarenakan seringkali pemerintah

hanya memberikan janji bantuan-bantuan pertanian namun pada akhirnya tidak ada kejelasan bantuan dari pemerintah. Namun dengan keterbukaan pemerintah dan komunikasi kedua belah pihak yang baik diharapkan sedikit demi sedikit petani mau menerima informasi dari Pelatihan.

Hubungan Faktor-Faktor Dominan yang Menentukan Strategi Komunikasi Diseminasi Inovasi Teknologi Pembuatan Pelet

Hasil uji korelasi *rank* Spearman antara karakteristik petani (umur, pendidikan, status petani, luas lahan, motivasi, dan kekosmopolitan) dengan metode komunikasi diseminasi (Tabel 2).

Tabel 2. Hubungan Karakteristik Petani dengan Strategi Komunikasi Diseminasi di Desa Gantang

No	Karakteristik Individu (X1)	Strategi Komunikasi Diseminasi (r_s)
1	Umur	0,161
2	Tingkat pendidikan	-0,104
3	Kosmopolitan	0,501**
4	Kepemilikan ternak	-0,750

Keterangan: r_s = Koefisien rank spearman

*taraf nyata pada $p < 0,05$ **taraf sangat nyata pada $p < 0,01$

Sumber: Data diolah 2020

Hubungan masing-masing karakteristik petani yang berpengaruh terhadap metode komunikasi pendiseminasian adalah sebagai berikut:

Hubungan umur dengan strategi komunikasi ditinjau dari media komunikasi

Data umur dari karakteristik petani pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa tidak ada hubungan nyata antara umur petani dengan strategi komunikasi. Nilai koefisien korelasi untuk peubah di Desa Gantang adalah 0.161 untuk media komunikasi. Angka ini menjelaskan bahwa umur petani tidak berkorelasi nyata dengan strategi yang digunakan dalam diseminasi teknologi dan memiliki hubungan yang sangat rendah. Data menunjukkan bahwa rata-rata skor umur petani tersebut berada pada usia dewasa yakni 43-74 tahun dimana usia dewasa merupakan usia yang produktif dalam kegiatan usahatani, namun begitu petani Desa Gantang sudah dibiasakan bertani dan beternak pada segala umur. Hal ini didukung dengan penelitian Nurhayati (2016) yang menyatakan bahwa umur petani tidak berkorelasi dengan strategi diseminasi teknologi inovasi.

Hubungan tingkat pendidikan dengan strategi komunikasi ditinjau dari media komunikasi

Petani di Desa Gantang belum merasakan pentingnya media komunikasi dalam diseminasi teknologi. Hal ini terlihat dari tidak adanya hubungan nyata antara pendidikan petani strategi komunikasi diseminasi yang ditinjau dari media komunikasi dengan nilai koefisien korelasi -0,104 atau hubungan sangat rendah. Hal ini berbeda dengan pendapat Sulardi dkk., (2012) menyatakan bahwa rendahnya tingkat pendidikan peternak tersebut akan menyebabkan peternak kurang bijaksana dalam mengambil keputusan dan menjadi faktor penghambat kelancaran kegiatan adopsi petani, sehingga inovasi baru cenderung lambat diterima atau bahkan tidak diterima. Dari hasil wawancara beberapa ketua kelompok tani hal ini dikarenakan dalam

memanfaatkan media komunikasi petani Desa Gantang tidak harus memiliki pendidikan formal yang tinggi. Petani tentunya memiliki kemauan memanfaatkan media komunikasi yang berbeda, dimana tidak semua petani berpendidikan tinggi memiliki kemauan yang lebih tinggi dibandingkan petani yang tingkat pendidikannya rendah.

Hubungan kosmopolitan dengan strategi komunikasi ditinjau dari media komunikasi

Hasil uji rank Spearman karakteristik petani kosmopolitan pada Tabel 2 menunjukkan terdapat hubungan nyata antara kosmopolitan dengan strategi komunikasi diseminasi. Kosmopolitan di Desa Gantang berhubungan positif taraf sangat nyata dengan media komunikasi. Hubungan tersebut tergambar dari koefisien korelasi 0,501 dengan kekuatan hubungan sedang. Hal ini dapat diartikan dengan tingginya tingkat kosmopolitan petani maka semakin bisa petani memanfaatkan berbagai media komunikasi yang ada. Petani Desa Gantang pada umumnya suka untuk melakukan kunjungan kebeberapa kelompok petani kelinci yang sudah maju dalam rangka menggali informasi tentang budidaya kelinci dan pembuatan pelet. Merujuk pada Nurhayati (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kosmopolitan seseorang petani maka semakin mampu dia memanfaatkan berbagai media.

Hubungan kepemilikan ternak dengan strategi komunikasi ditinjau dari media komunikasi

Hasil analisis uji rank Spearman karakteristik petani pada Tabel 2 memperlihatkan tidak terdapat hubungan kepemilikan ternak dengan strategi komunikasi diseminasi. Hal ini tergambar dari nilai koefisien korelasi kepemilikan ternak dengan skor -0,750. Hal ini berarti media komunikasi dapat diakses tanpa harus membedakan jumlah kepemilikan ternak. Berdasarkan hasil wawancara beberapa ketua kelompok tani hal tersebut dikarenakan masyarakat Desa Gantang pada dasarnya tergolong mandiri menerima informasi, bagi petani Desa Gantang yang terpenting adalah informasi yang disampaikan memberi manfaat tentang usahatani ternak yang dilakukannya berapapun ternak yang dimiliki. Dari hasil ini dapat diartikan tidak ada hubungan antara jumlah kepemilikan ternak dengan pilihan strategi komunikasi ditinjau dari media komunikasi. Dari hasil tersebut terdapat perbedaan dengan pendapat Putra (2016) yang menyatakan semakin tinggi jumlah kepemilikan ternak maka semakin baik pula tingkat penerapan teknologi yang diberikan.

Hubungan karakteristik inovasi dengan strategi diseminasi teknologi ditinjau dari media komunikasi

Unsur karakteristik inovasi teknologi yang dikaji dalam penelitian ini adalah keuntungan relatif, tingkat kesesuaian, tingkat kerumitan, dapat dicoba dan dapat diamati dengan metode komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi. Tabel 3 menampilkan hasil pengujian tersebut.

Tabel 3. Hubungan Karakteristik Inovasi dengan Strategi Komunikasi Diseminasi di Desa Gantang

No	Karakteristik Inovasi (X2)	Strategi Komunikasi (r _s)
1	Keuntungan relative	0,384*
2	Dapat dicoba	0,415*
3	Dapat diamati	0,376*
4	Tingkat kerumitan	0,103
5	Tingkat kesesuaian	0,045

Keterangan: r_s = Koefisien rank spearman

*taraf nyata pada p<0,05 **taraf sangat nyata pada p<0,01

Sumber: Data diolah 2020

Hubungan masing-masing karakteristik petani yang berpengaruh terhadap metode komunikasi pendiseminasian adalah sebagai berikut:

Hubungan keuntungan relatif dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Berdasarkan hasil uji korelasi rank Spearman pada Tabel 3 menunjukkan adanya hubungan yang nyata dan positif antara keuntungan relatif dengan media komunikasi dengan nilai koefisien 0,384 pada taraf p<0,05. Kondisi ini mengindikasikan bahwa media komunikasi yang digunakan dalam diseminasi teknologi berpengaruh nyata terhadap sikap petani dalam menerima teknologi terutama pada dimensi keuntungan yang didapat. Hal ini berarti makin tinggi pertimbangan keuntungan relatif pada teknologi pembuatan pelet, maka petani makin membutuhkan media komunikasi yang beragam agar petani lebih mudah memahami dan membandingkan, selain itu hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi pertimbangan petani terhadap keuntungan relatif suatu inovasi teknologi semakin selektif petani memilih media komunikasi sebagai sumber informasi. Kondisi ini diperkuat dari data kualitatif, yang diambil dari wawancara dengan salah satu penyuluh BPP Kecamatan Sawangan, dikatakan bahwa masih petani takut menanggung resiko kerugian sehingga seringkali percaya jika pembuatan pakan pelet dapat meningkatkan produksi namun mereka ingin terus dibimbing dan tidak ingin mengambil resiko. Berbeda dengan pendapat Nurhayati (2016) yang menyatakan bahwa media komunikasi tidak memiliki hubungan nyata dengan media komunikasi.

Hubungan dapat dicoba dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Hasil uji pada Tabel 3 menjelaskan bahwa petani di Desa Gantang memiliki hubungan nyata dan positif antara karakteristik inovasi pada dimensi dapat dicoba dengan media komunikasi. Hal ini dilihat dari nilai koefisien korelasi dimana nilai masing-masing adalah 0,415 pada taraf p≤0.05. Hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi tingkat dapat dicoba sebuah inovasi teknologi, maka semakin tinggi penggunaan media komunikasi oleh petani dalam penerimaan teknologi. Hal ini sesuai dengan penelitian Nurhayati (2016) yang menyatakan bahwa faktor karakteristik petani dalam hal ini dapat dicoba merupakan faktor dominan yang berkorelasi dengan strategi diseminasi inovasi teknologi.

Hubungan dapat diamati dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Berdasarkan tabel koefisien korelasi di atas menunjukkan data bahwa adanya hubungan antara media komunikasi dan karakteristik inovasi dimensi dapat diamati. Hubungan ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi pada 0,376 pada taraf $p < 0.05$. Artinya karakteristik inovasi dimensi dapat diamati menjadi salah satu dasar pertimbangan bagi petani menggunakan bermacam media komunikasi dalam diseminasi teknologi. Hal ini sesuai dengan pendapat Nurhayati (2016) yang menyatakan bahwa “idealnya semakin tinggi pertimbangan petani terhadap unsur dapat diamati dari suatu inovasi teknologi, semakin tinggi selektifitasnya dalam pemilihan media dan pola komunikasi”.

Hubungan tingkat kerumitan dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Hasil uji korelasi rank Spearman terlihat pada Tabel 3 bahwa sikap petani Desa Gantang terkait karakteristik inovasi dalam hal kerumitan tidak berhubungan oleh media yang digunakan dalam diseminasi teknologi. Hal ini merujuk pada nilai koefisien korelasi yaitu 0,103. Hal ini berarti tingkat pertimbangan kerumitan bagi petani tidak berpengaruh terhadap suatu inovasi teknologi. Artinya responden merasa bahwa media komunikasi tidak memberi pertimbangan kepada petani bahwa inovasi teknologi pembuatan pelet tersebut umumnya mudah untuk dilakukan. Kondisi tersebut dapat terjawab dengan data kualitatif hasil wawancara penyuluh WKPP Desa Gantang yang mengatakan bahwa umumnya petani Desa Gantang akan lebih cepat menerima inovasi mana kala inovasi tersebut dapat memberi keuntungan lebih bagi petani walaupun dengan tingkat kerumitan yang tinggi. Hal ini berbeda dengan penelitian Ahmad (2016) yang menyatakan bahwa kerumitan suatu inovasi merupakan faktor yang perlu mendapat perhatian manakala sosialisasi terhadap suatu inovasi teknologi dalam lingkup pertanian.

Hubungan tingkat kesesuaian dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Pada dimensi kesesuaian sebagaimana yang terlihat pada Tabel 3 hasil uji korelasi rank Spearman dapat diketahui petani di Desa Gantang menunjukkan tidak ada hubungan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi. Hal ini tergambar dari nilai koefisien korelasi yakni 0,045. Hal ini berarti kesesuaian teknologi yang diberikan, tidak mempengaruhi penggunaan media komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara beberapa ketua kelompok tani Desa Gantang, disebutkan bahwa petani Desa Gantang cenderung mengutamakan keuntungan relatif dalam penerimaan inovasi teknologi sehingga mengabaikan beberapa aspek yang dalam hal ini salah satunya adalah tingkat kesesuaian. Hal ini berbeda dengan penelitian Ahmad (2016) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh tingkat kesesuaian dengan penerimaan suatu program inovasi oleh petani.

Hubungan karakteristik lingkungan fisik dengan strategi diseminasi teknologi ditinjau dari media komunikasi

Guna mengetahui hubungan antara karakteristik lingkungan fisik dengan strategi komunikasi diseminasi, maka dilakukanlah uji statistik non parametrik yang dalam hal ini adalah uji *rank Spearman* terhadap setiap unsur karakteristik lingkungan fisik (potensi lahan, ketersediaan sarana parasarana, keterjangkauan terhadap

sarana prasarana dan akses informasi) dengan strategi komunikasi diseminasi. Tabel berikut ini menampilkan hasil pengujian tersebut. Keterkaitan akan terlihat pada data hasil analisis yang ada pada tabel berikut.

Tabel 4. Hubungan Karakteristik Lingkungan Fisik dengan Strategi Komunikasi Diseminasi di Desa Gantang

No	Karakteristik Lingkungan Fisik (X3)	Strategi Komunikasi Diseminasi (rs)
1	Potensi Lahan	0,279
2	Ketersediaan sarana prasarana dan akses informasi	0,389*
3	Keterjangkauan sarana prasarana dan akses informasi	-0,157

Keterangan: r_s = Koefisien rank spearman

*taraf nyata pada $p < 0,05$

**taraf sangat nyata pada $p < 0,01$

Sumber: Data diolah 2020

Hubungan potensi lahan dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Berdasarkan hasil uji korelasi rank Spearman Tabel 4 menggambarkan bahwa tidak terdapat hubungan nyata antara karakteristik lingkungan fisik dimensi potensi lahan dengan strategi komunikasi diseminasi. Hal ini dapat dilihat pada koefisien korelasi yaitu 0,279. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat potensi lahan tidak berpengaruh terhadap kebutuhan media komunikasi. Berdasarkan data dilapangan petani Desa Gantang biasa hanya memanfaatkan satu media komunikasi sebagai sumber informasi teknologi pembuatan pelet, petani hanya mengandalkan demcar pada saat pertemuan rutin kelompok tani. Hal ini berbeda dengan pendapat Arimbawa dan Widanta (2017) yang menyatakan bahwa potensi lahan berpengaruh terhadap keaktifan petani mencari informasi tentang penerapan inovasi teknologi.

Hubungan ketersediaan sarana dan prasarana dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Hasil analisis pada Tabel 4 memperlihatkan ada hubungan nyata antara ketersediaan sarana prasarana dan informasi dengan peubah strategi komunikasi ditinjau dari media komunikasi. Hubungan ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi pada 0,389 pada taraf $p < 0,05$. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat ketersediaan sarana dan prasarana akan semakin meningkatkan kebutuhan terhadap media komunikasi. Petani dapat memanfaatkan beragam media komunikasi sebagai sumber informasi teknologi pembuatan pelet kelinci. Data tersebut sesuai dengan penelitian Erlina dan Kurniasari (2007) yang mengatakan bahwa kemampuan seseorang dalam menyerap suatu inovasi teknologi sangat dipengaruhi oleh keberadaan sarana prasarana dan akses informasi yang dibutuhkan dalam menerapkan teknologi tersebut.

Hubungan keterjangkauan sarana dan prasarana dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Keterjangkauan sarana prasarana dan akses informasi tidak memiliki hubungan nyata dengan strategi komunikasi diseminasi. Keterjangkauan sarana prasarana dan informasi memiliki nilai koefisien korelasi -0,157. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat keterjangkauan sarana prasarana dan akses informasi tidak berpengaruh terhadap kebutuhan media komunikasi. Data kualitatif hasil wawancara beberapa ketua kelompok tani yang mengatakan bahwa petani Desa Gantang biasa memanfaatkan alat dan bahan sekitar yang dapat digunakan untuk membuat pakan pelet contohnya adalah gilingan daging sederhana yang digunakan untuk membuat pelet dengan jumlah yang tidak banyak. Berbeda dengan penelitain Mustabsir (2017) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang berperan meningkatkan produksi pertanian adalah dengan adanya sarana prasarana yang terjangkau.

Hubungan karakteristik lingkungan sosial dengan strategi diseminasi teknologi ditinjau dari media komunikasi

Lingkungan sosial masyarakat petani yang berbeda-beda memiliki potensi pengembangan masyarakat yang berbeda pula. Nilai-nilai sosial yang ada pada lingkungan petani, membentuk petani untuk bersikap lebih baik. Hubungan unsur lingkungan sosial (dukungan keluarga, dukungan kelembagaan, dukungan sistem sosial dan dukungan mitra usaha) dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi dideskripsikan pada Tabel 5

Tabel 5. Hubungan Karakteristik Lingkungan Sosial dengan Strategi Komunikasi Diseminasi di Desa Gantang

No	Karakteristik Lingkungan Sosial	Strategi Komunikasi (rs)
1	Dukungan Keluarga	0,449*
2	Dukungan Kelembagaan	-0,246
3	Dukungan Sistem Sosial	0,363*
4	Dukungan Mitra Usaha	0,389*

Keterangan: r_s = Koefisien rank spearman

*taraf nyata pada $p < 0,05$

**taraf sangat nyata pada $p < 0,01$

Sumber: Data diolah 2020

Hubungan dukungan keluarga dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Hasil uji korelasi rank Spearman Tabel 5 menunjukkan terdapat hubungan antara lingkungan social dimensi dukungan keluarga dengan strategi komunikasi diseminasi. Dukungan keluarga berhubungan positif taraf nyata pada $p < 0,05$ dimana nilai koefisien korelasi 0,449. Hal ini berarti makin tinggi tingkat dukungan keluarga maka petani makin membutuhkan beragam media komunikasi. Kejadian ini dapat diartikan bahwa keikutsertaan anggota keluarga secara aktif tidak terlepas dari terbangunnya keaktifan petani mencari informasi dari berbagai media komunikasi yang menyampaikan informasi teknologi pembuatan pelet kelinci. Hal Sesuai dengan pendapat Sangian (2017) apabila ada dukungan keluarga, maka rasa percaya diri akan bertambah dan motivasi untuk menghadapi masalah yang akan terjadi meningkat sehingga penerimaan inovasi dapat berjalan baik.

Hubungan dukungan kelembagaan dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Hasil uji Tabel 5 menggambarkan tidak terdapat hubungan nyata antara kelembagaan dengan strategi pendesiminasian teknologi pada media komunikasi. Hal ini berarti lembaga sebagai salah satu karakteristik lingkungan sosial tidak bersentuhan dengan strategi komunikasi yang digunakan petani dalam menerima inovasi teknologi khususnya terkait diseminasi teknologi pembuatan pelet. Kondisi ini didukung dengan hasil wawancara dengan ketua kelompok tani Desa Gantang bahwa pemerintah dinilai tidak mau ambil pusing bahwa kemampuan SDM dan SDA di daerah kurang mampu untuk beralih ke teknologi yang baru secara mendadak.

Hubungan sistem sosial dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Berdasarkan hasil uji Tabel 5 menggambarkan bahwa petani merasakan pengaruh dari hubungan antara sistem sosial dengan media komunikasi diseminasi. Sistem sosial berhubungan positif taraf nyata dengan media komunikasi pada $p \leq 0,05$ dengan nilai koefisien korelasi 0,363. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat sistem sosial maka kebutuhan terhadap media komunikasi semakin tinggi pula, artinya petani tidak terfokus pada salah satu media komunikasi melainkan petani dapat memanfaatkan informasi dari beragam media komunikasi. Sesuai dengan penelitian Nurhayati (2016) yang menyatakan bahwa dukungan sistem sosial yang tinggi dalam suatu daerah maka akan meningkatkan keaktifan petani dalam mencari informasi. Hal ini berarti semakin kuat sistem sosial semakin membutuhkan macam media komunikasi untuk memudahkan, mempercepat pemahaman dan ketertarikan petani terhadap informasi teknologi pembuatan pelet.

Hubungan mitra usaha dengan strategi komunikasi diseminasi ditinjau dari media komunikasi

Petani Desa Gantang menyatakan bahwa mitra usaha berhubungan positif taraf nyata dengan media komunikasi pada $p < 0,05$ dimana nilai koefisien korelasi 0,389. Artinya mitra usaha adalah unsur karakteristik sosial yang semakin dibutuhkan bersama dengan diperlukannya media komunikasi dalam proses berinteraksi dalam mencari sumber informasi teknologi pembuatan pelet. Petani tidak terfokus pada salah satu media komunikasi namun berupaya memanfaatkan berbagai media komunikasi, artinya semakin tinggi hubungan mitra usaha, petani semakin memanfaatkan berbagai ragam media komunikasi. Hal ini sesuai dengan penelitian Nurhayati (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi dukungan mitra usaha semakin beragam juga kebutuhan media komunikasi yang harus digunakan.

KESIMPULAN

Pilihan utama petani sebagai media diseminasi yang digunakan untuk mendapatkan informasi teknologi pembuatan pelet di Desa Gantang adalah demonstrasi cara pembuatan secara langsung. Faktor-faktor dominan basis pemetaan pengguna yang menyebabkan beragam atau tidaknya media komunikasi yang dapat digunakan secara signifikan dalam strategi komunikasi diseminasi inovasi teknologi pembuatan pelet antara lain karakteristik petani adalah kosmopolitan. Sedangkan karakteristik inovasi yang berkorelasi nyata ada tiga dari lima ciri inovasi

yaitu keuntungan relatif, dapat dicoba dan dapat diamati. Dukungan faktor lingkungan fisik yang berkorelasi nyata dengan strategi komunikasi diseminasi adalah ketersediaan sarana produksi dan informasi. Selain itu karakteristik sosial yang berkorelasi secara nyata adalah dukungan keluarga, dukungan sistem sosial dan dukungan mitra usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. 1991. *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Arimbawa, P. D. dan Widanta, A. A. 2017. Pengaruh Luas Lahan, Teknologi dan Pelatihan Terhadap Pendapatan Petani Padi Dengan Produktifitas Sebagai Variabel Intervening Di Kecamatan Mengwi. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* Vol. 6, No. 8 Agustus 2017 Hal 1601-1627. Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Arnando, D. A. 2017. *Performa Kelinci New Zealand White dengan Pemberian Pakan Komplit Limbah Sayuran Pasar dalam Bentuk Mash, Pelet, dan Wafer*. Skripsi S1. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset
- Erlina, D.M. dan Nendah Kurniasari. 2007. Adopsi Teknologi Palka Berinsulasi Untuk Penanganan Ikan Segar di Pelabuhan Ratu, Sukabumi. *Jurnal Perikanan IX* (2): 241-253.
- Janti, Suhar. 2014. Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industry Garmen. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014*. ISSN: 1979-911X. Hal. A155-A160. Manajemen Informatika. AMIK BSI Jakarta.
- Kuntjojo. 2009. *Diktat Metodologi Penelitian*. Diakses pada 10 Februari 2020.
- Mustabsir, B. 2017. *Evaluasi Ketersediaan Sarana Dan Prasarana Pertanian Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Di Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali Mandar*. Skripsi. Teknik Perencanaan Wilayah. Fakultas Sains dan Teknologi. UIN Alauddin Makassar.
- Nurhayati. 2016. *Metode Komunikasi Diseminasi Inovasi Teknologi Budidaya Padi Berbasis Pemetaan Pengguna*. Disertasi S2. Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor.
- Putra, F.A., L. Nurlina dan Syahirul Alim. 2016. Hubungan Antara Jumlah Kepemilikan Ternak Dengan Tingkat Penerapan Teknologi Pakan Hijauan Secara Fisik Pada Peternakan Sapi Perah Rakyat. Hubungan Antara Jumlah Kepemilikan Ternak. Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran. Alumni Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran 2016, Staff Pengajar Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran.
- Sangian, L. M. L, F. Wowiling dan Reginus Malara. 2017. Hubungan Dukungan Emosional Keluarga Dengan Penerimaan Diri Pada Lansia Di Desa Watutumou III. *e-Jurnal Keperawatan (e-Kp) Volume 5 Nomor 2, Agustus 2017*, Hal 1-8. Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.CV. Bandung

Sulardi, Soeharso, dan Sunarsih. 2012. Adopsi Inovasi Inseminasi Buatan Pada Sapi Potong Di Kecamatan Pakis Kabupaten Magelang Laporan Penelitian. Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian (STPP) Magelang. Magelang.