Media Peternakan, Agustus 2006, hlm. 107-120 Vol. 29 No. 2
ISSN 0126-0472
Terakreditasi SK Dikti No: 56/DIKTI/Kep/2005

Tingkat Penggunaan Media Massa dan Peran Komunikasi Anggota Kelompok Peternak dalam Jaringan Komunikasi Penyuluhan Sapi Potong

A. Saleh
Center for Tropical Animal Studies IPB
Jl. Agatis Kampus IPB Darmaga, Fakultas Peternakan, IPB Bogor 16680
(Diterima 24-10-2005; disetujui 30-06-2006)

ABSTRACT

The aims of study were to investigate the communication behavior changes, in term of the level of mass media used by the cattle farmers in utilizing the cattle extension program; and to analyze the participation level of cattle farmers based on their communication roles in the cattle communication network. This research was designed as correlation descriptive survey towards sample of cattle farmers' head of families integrated into two groups of advanced category cattle farmers group and two groups of less advanced, lived and having its place of business in three regencies namely the West Java Sukabumi Regency, Central Java Sukohardjo Regency and D.I. Yogyakarta Gunung Kidul Regency. The determination of the regencies and the selected groups were conducted purposively, based on the advance level data of the cattle farmer group derived from the Cattle Farmer Directorate General office of the Ministry of Agriculture. The data analyses were conducted using descriptive analysis comprising of frequency, boxplot, percentage, cross tabulation, correlations matrix, inferences about a mean factor or T^2 Hotelling, and byplot test. The results of research showed: (1) there was significant difference among the communication behavior in advanced cattle farmers group and the less advanced group, indicating (the circumstance) a level of mass media usage by cattle farmers in getting information. From prioritized the interpersonal communication relationship in receiving and diffusing information to the media communication behavior, particularly in behavior impact of television broadcast and newspapers. (2) The level of cattle farmers communication role in a cattle communication network comprising of star, mutual pairs and neglectee, did not indicate a communication role as isolate. The advanced cattle farmers group members had a dominant communication role as neglectee, while the less advanced group had a dominant role of mutual pairs. The role of the star, was found more in the less advanced group compared with the advanced group.

Key words : cattle extension, communication behavior, communication network, mass media usage, role of group members

PENDAHULUAN

Penyuluhan peternakan merupakan pendidikan nonformal yang diharapkan bisa meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan peternakan. Masyarakat harus dilibatkan sebagai subyek pembangunan, sehingga perlu menjalani proses pembelajaran untuk mengetahui adanya kesempatan memperbaiki kehidupan. Asngari (2001) menyebutkan penyuluhan sebagai upaya memberdayakan sumber daya manusia, mendinamiskan diri sebagai aktor yang berupaya untuk lebih berdaya dan mampu berprestasi prima. Menurut Tjondronegoro (1998), prakarsa dari masyarakat petani harus dirangsang, demikian juga pembangunan kelembagaannya harus diarahkan dan diawasi, agar melakukan fungsi-fungsinya secara efektif dan efisien.

Kegiatan penyuluhan sapi potong, seperti halnya dengan penyuluhan lainnya diduga mengalami perubahan pola komunikasi. Pola komunikasi bukan lagi berupa penyuluhan *top down*, atau mengandalkan penyuluhan sistem LAKU (latihan dan kunjungan) yang berpola “dyadic”. “Dyadic” merupakan pola yang memadukan kepentingan *top down* dan *bottom up* dengan pendekatan komunikasi interpersonal maupun kelompok. Pola komunikasi penyuluhan merupakan partisipasi dan tukar-menukar pengetahuan serta pengalaman “petani sebagai partner,” sehingga teknologi mutakhir dan tradisi lokal bersinergi. Perlu dipikirkan strategi penyuluhan yang bagaimana, yang dapat dijadikan upaya menswadayakan peternak.

Peningkatan pengetahuan, pendidikan, pendapatan dan aksebilitas komunikasi memberikan kamudahan bagi para petani untuk mencari sumber informasi. Fenomena ini dikuatkan oleh hasil penelitian Puspadi (2002) yang menyebutkan, telah terjadi perubahan pemenuhan kebutuhan informasi dan perilaku usahatani yang makin komersial, yang menuntut perubahan peran, sistem dan paradigma penyuluhan pertanian.

Penelitian Puspadi (2002) melihat pada perubahan kebutuhan informasi, sedangkan penelitian ini lebih difokuskan pada perubahan penggunaan saluran komunikasi dan pola komunikasi yang efektif dalam penyuluhan. Tujuan dari penelitian ini adalah; (1) mengkaji adanya perubahan perilaku komunikasi, dalam arti tingkat penggunaan media massa oleh para peternak dalam memanfaatkan pesan penyuluhan sapi potong, (2) menganalisis tingkat partisipasi peternak dilihat dari peran-peran komunikasi yang mereka lakukan dalam jaringan komunikasi sapi potong.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini didesain sebagai penelitian *survei deskriptif korelasional*, terhadap 125 sampel kepala keluarga peternak sapi potong yang terhimpun dalam dua kelompok peternak kategori maju dan dua kelompok kurang maju, yang berdomisili dan berusaha di tiga kabupaten yakni Kabupaten Sukabumi Jawa Barat, Kabupaten Sukohardjo Jawa Tengah dan Kabupaten Gunung Kidul D.I. Yogyakarta. Penentuan kabupaten dan penentuan kelompok terpilih dilakukan secara purposif, didasarkan data tingkat kemajuan kelompok peternak dari kantor Direktorat Jenderal Peternakan, Departemen Pertanian.

Analisis data dilakukan dengan dua macam metode. Pertama, analisis jaringan komunikasi untuk merekonstruksikan struktur peran komunikasi anggota kelompok dalam jaringan komunikasi sapi potong dengan teknik sosiometri. Kedua, analisis statistik deskriptif berupa frekuensi, rataan (boxplot), persentase, tabulasi silang (cross tab), matriks korelasi, uji beda vektor nilai tengah (Inferences about a mean vector) atau T^2 Hotelling, dan uji biplot dengan bantuan program SPSS versi 12 *for Windows* dan program SAS seri 8.2.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Peternak Sapi Potong

Lebih dari setengah (hampir 57%) peternak sapi potong berpendidikan SD. Proporsi terbesar kedua pada kelompok kurang maju adalah berpendidikan tidak tamat SD/ tidak sekolah, sedangkan peternak kelompok maju berpendidikan sekolah lanjutan. Bahkan peternak kelompok maju di Gedangsari tak satupun yang tak tamat SD. Ke depan, dituntut peternak yang masih muda berpendidikan menengah bahkan sarjana, sehingga lebih mudah mengadopsi inovasi dan mengimplementasikan teknologi dan bisnis sapi potong. Menghadapi tantangan globalisasi, dituntut peternak yang mampu bersaing dan disandingkan dengan peternak asing. Dibutuhkan peternak yang memiliki jiwa *entrepreneur*, berdaya juang tinggi, dinamis, inovatif, kreatif, tekun dan ulet.

Kepemilikan media massa (radio, tv, telepon/hp, berlangganan koran dan majalah) kelompok kurang maju dan maju cukup beragam, walaupun keempatnya memiliki proporsi terbesar kepemilikan media massa berada pada peternak yang punya dua macam. Artinya kepemilikan itu masih dalam kategori umum yang terjadi di masyarakat, yakni memiliki radio/tv atau punya keduanya. Secara keseluruhan, 71% peternak masuk kategori memiliki dua macam media massa, 11% memiliki satu macam (radio atau televisi) dan delapan persen memiliki tiga atau lebih (kombinasi radio, tv, telepon/hp, suratkabar, majalah), hampir 10% sama sekali tidak punya media massa di rumahnya. Meski demikian peternak menyatakan tetap menyukai menonton tv atau mendengar radio bersama di rumah sanak keluarga atau menumpang di tetangga. Tidak seorangpun peternak kelompok maju yang tidak memiliki media massa. Terdapat 19% peternak yang tak memiliki media massa pada kelompok kurang maju, dengan proporsi terbesar di Surade (23%). Hal ini karena lokasi kelompok Banjaran-Surade berada di dataran tinggi sulit mengakses siaran televisi, hanya stasiun RCTI, SCTV dan Indosiar yang bisa ditangkap melalui parabola, karena stasiun relay hanya terdapat di Cibungur yang jaraknya hampir 7 km dari lokasi kelompok.

Media massa yang hampir dimiliki semua peternak ialah televisi (87%) dan radio (76%), media massa lainnya dengan kepemilikan yang masih masih kecil antara lain: *handphone* (8%), telepon dan koran (masing-masing 6%) dan majalah (hampir 5%). Peternak kelompok maju lebih banyak memiliki tv, telepon, berlangganan suratkabar dan majalah, sedangkan kepemilikan radio lebih sedikit.

Kelas ekonomi diukur berdasarkan tingkat kekayaan yang dimiliki keluarga peternak, dilihat dari nilai asset benda-benda materiil dan psikologis yang seringkali berpengaruh pada penguasaan ekonomi (Rossides, 1978), baik berupa tanah, rumah, ternak, alsintan, sarana komunikasi dan telekomunikasi, sarana transportasi dan perabotan rumah tangga. Berdasarkan data kumulatif tingkat kekayaan ini, lebih lanjut dibuat kategori, yang menurut Warner & Lunt (1941) sebagai upaya membuat peringkat (hierarchy class), komposisi mulai *upper-upper class* sampai ke *lower-lower class*, menggunakan statistik "*the boxplot.*"

Tabel 1 menunjukkan, sebagian besar (79%) status ekonomi peternak kelompok kurang maju tergolong rendah, tingkat kekayaannya kurang dari 55 juta rupiah, 16% sedang dengan kisaran tingkat kekayaan 55-110 juta rupiah dan hampir 5% peternak berstatus tinggi di atas 110 juta rupiah. Bahkan, tidak

Tabel 1. Sebaran responden berdasarkan karakteristik personal di kelompok peternak sapi potong status kurang maju dan maju di tiga kabupaten terpilih, 2005 (%)

Jenis peubah	Kategori	Kelompok kurang maju			Kelompok maju			Gabungan
		Cisitu	Surade	Total	Gedangsari	Polokarto	Total	
Pendidikan	Tak sek/tak lulus SD	6,25	40,00	22,58	0,00	33,33	17,46	20,00
Formal	SD	87,50	46,67	67,74	43,33	51,52	47,62	57,60
	SMP/SMA	6,25	13,33	9,68	56,67	15,15	34,92	22,40
Pemilikan media	Tidak punya	15,63	23,33	19,36	0,00	0,00	0,00	9,60
massa	Punya 1	15,63	20,00	17,74	6,67	3,03	4,76	11,20
	Punya 2	62,50	50,00	56,45	83,33	87,88	85,71	71,20
	Punya $\geq$ 3	6,24	6,67	6,45	10,00	9,09	9,53	8,00
Status ekonomi	Rp < 55 juta	90,63	66,67	79,03	26,67	48,48	38,10	58,40
	55-110 juta	9,37	23,33	16,13	26,67	30,30	28,57	22,40
	Rp >110 juta	0,00	10,00	4,84	46,66	21,22	33,33	19,20
n		32,00	30,00	62,00	30,00	33,00	63,00	125,00

satupun peternak Cisitu memiliki status ekonomi yang tergolong tinggi. Hal ini kontras dengan peternak kelompok maju yang umumnya berstatus ekonomi sedang sampai tinggi dan 38% sisanya rendah. Adanya perbedaan kelas ekonomi antar peternak kelompok maju dan kurang maju, berimplikasi pada pelapisan masyarakat yang membawa prestise tersendiri bagi peternak. Secara keseluruhan, umumnya peternak masuk kelas ekonomi rendah, 22% sedang dan 19% tinggi.

Keterdedahan Media Massa Peternak Sapi Potong

Keterdedahan media massa (***mass media exposure***) yang dikaji mencakup keterdedahan sebagian responden pada siaran radio, sebagian pada tv saja atau pada suratkabar saja, dan sebagian yang lain lagi terdedah pada radio dan tv atau kombinasi (Tabel 2). Terdapat 71% peternak yang mempunyai kedua macam media (radio dan tv) atau kombinasi dengan suratkabar (Tabel 1). Hal ini menunjukkan bahwa peternak terdedah pada kedua macam media itu. Akan tetapi, gambaran yang diberikan oleh data keterdedahan radio, tv, koran; berbeda jauh dari gambaran tentang pemilikan media massa.

Keterdedahan siaran radio, secara gabungan, lebih dari seperempat peternak mengaku tidak mendengarkan radio dan 72 persen mengaku terdedah pada radio. Dibandingkan kelompok maju, peternak kelompok kurang maju berperilaku mendengarkan siaran radio lebih besar. Bahkan intensitas dengar radio peternak kelompok maju pun jauh lebih banyak. Secara umum, tendensi frekuensi mendengarkan siaran radio di kalangan responden peternak sapi potong ini adalah 1-3 kali seminggu. Fenomena ini perlu disikapi secara positif.

Penelitian ini sedikitnya mengungkapkan, di tengah maraknya kehadiran tv swasta maupun lokal karena adanya otonomi daerah, radio

Tabel 2. Sebaran responden berdasarkan keterdedahan media massa di kelompok ternak kurang maju dan maju di tiga kabupaten terpilih, 2005 (%)

Jenis peubah	Kategori	Kelompok kurang maju			Kelompok maju			Gabungan
		Cisitu	Surade	Total	Gedangsari	Polokarto	Total	
Perilaku dengar	Tak dengar	21,87	26,67	24,19	16,67	45,45	31,75	28,00
radio	Dengar	78,13	73,33	75,81	83,33	54,55	68,25	72,00
Perilaku nonton	Tak nonton	12,50	13,33	12,90	0,00	3,03	1,59	7,20
tv	Nonton	87,50	86,67	87,10	100,00	96,97	98,41	92,80
Perilaku baca	Tidak baca	90,63	86,67	88,71	50,00	87,88	69,84	79,20
koran	Membaca	9,38	13,33	11,29	50,00	12,12	30,16	20,80
n		32,00	30,00	62,00	30,00	33,00	63,00	125,00

masih relevan bagi banyak orang desa. Penyebab fenomena ini, di antaranya karena harga sebuah pesawat radio relatif murah dan terjangkau oleh daya beli masyarakat, tidak tergantung arus listrik cukup menggunakan baterei, jam siaran sepanjang hari, dan karena kespesifikan dan kefleksibelan program radio. Informasi lain ialah tempat dengar radio. Secara gabungan menyatakan, umumnya (86%) responden mengaku mendengarkan di rumah sendiri, 11% bersama di rumah tetangga dan tiga persen menjawab lain-lain, yakni di rumah teman atau bersama orang lain di warung.

Waktu responden mendengarkan radio memiliki kegunaan tertentu bagi peneliti dan manajer program siaran yang berkepentingan pada hal tersebut, terutama untuk menentukan kapan saat yang tepat untuk menyiarkan pesan-pesan tertentu agar diterima khalayak yang hendak dicapai. Umumnya (48%) peternak dengar radio malam hari, 29% pagi, 15% sore dan sembilan persen hanya dengar radio siang hari. Bila dikaitkan pengakuan responden akan pilihan waktu lain (pilihan kedua) setelah pilihan di atas, ternyata kombinasi yang muncul: pagi dan malam, pagi dan sore, kombinasi pagi, siang dan malam.

Adanya informasi tentang preferensi atau kesukaan responden pada program siaran radio tertentu merupakan suatu fenomena yang selalu menarik dan alat pertimbangan untuk mempertahankan program yang populer dan memperbaiki yang tingkat ratingnya rendah. Data preferensi menunjukkan, 45% peternak menyukai hiburan, 39% berita, masing-masing delapan persen menyukai kuliah subuh dan siaran pedesaan. Program berita tersebut antara lain berita nasional, manca negara, daerah, aneka berita, desaku maju, desa membangun, dialog dan pengumuman. Program hiburan yang dikenal responden, mencakup wayang, sandiwara, musik (melayu, nasyid, irama padang pasir), dongeng, ludruk, ketoprak, seni tradisional, keroncong, wayang kulit, kasidah, lagu sunda, langgam jawa dan olahraga

Jika dibandingkan, pada peternak kelompok maju, secara berurutan lebih menyukai berita (42%), hiburan (37%), siaran pedesaan (14%) dan terendah ceramah subuh (7%). Peternak kelompok kurang maju, tendensinya lebih menyukai hiburan/kesenian (53%), berita (36%), ceramah atau kuliah subuh (9%) dan terendah siaran perdesaan (2%).

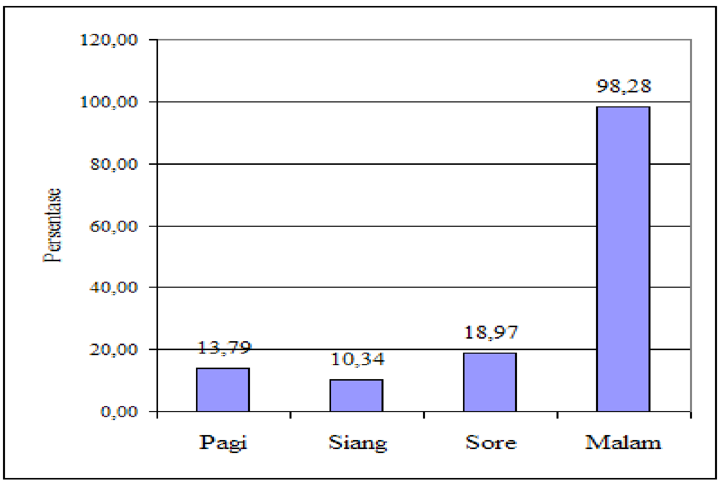
Sekitar 93 persen responden mengaku terdedah tv dan sisanya tidak pernah nonton televisi (Tabel 2). Kelompok kurang maju, 87% peternak nonton tv dan 13% mengaku tidak. Pada kelompok maju hampir seluruh (98%) mengaku menonton tv.

Jika data tentang pemilikan televisi dibandingkan dengan data kededahan responden pada tv (Tabel 2), akan terlihat bahwa responden yang terdedah pada televisi jauh lebih banyak dari pada responden yang memiliki televisi. Hal ini terjadi karena responden yang tidak memiliki televisi menonton di rumah teman/kenalan dan tetangga yang memiliki tv, menonton bersama warga lainnya di pos ronda atau saung pertemuan (Polokarto menempatkan tv hadiah dari Presiden sebagai juara I lomba Sapi potong 2003 di balai pertemuan kelompok).

Urutan kebiasaan menonton televisi yang paling sering ialah pada malam hari (98%) lalu sore (19%), pagi (14%) dan siang (10%) (Gambar 1). Dikaitkan dengan keterdedahan radio, secara tidak langsung menunjukkan adanya sifat komplementer pada waktu memanfaatkan kedua media tersebut di daerah perdesaan. Maksud komplementer di sini adalah responden kemungkinan mendengar radio ketika televisinya atau tv tetangga sedang tidak operasional karena deposit arus listrik atau baterei yang dipakai habis, atau ketika pemilik tv tidak menghidupkan pesawat televisinya. Bisa juga mereka mendengar radio setelah siaran tv berakhir. Keterdedahan ganda responden pada tv dan radio itu menurut Jahi *et al.* (1986) terjadi karena perbedaan waktu siaran. Responden akan kembali mendengar radio ketika tidak ada siaran televisi atau ketika selesai menonton televisi.

Stasiun tv yang paling sering ditonton responden yang terdedah siaran tv ini urutan pertama adalah stasiun RCTI (84%), Indosiar (66%), SCTV (65%), TPI (16%), Lativi (15%), TVRI Pusat Jakarta (12%), TV7 (11%), TVRI Yogyakarta atau tv lokal (10%), TVRI Jabar dan Banten (7%), ANteve (4%) dan peringkat terakhir Metro TV (hampir 2%).

Adapun jenis acara yang sering ditonton oleh peternak anggota kelompok sapi potong yang terdedah siaran tv di antaranya adalah:



Gambar 1. Diagram kolom kebiasaan menonton televisi peternak sapi potong di tiga kabupaten terpilih, 2005

siaran berita (84%), olahraga (50%), film/ sinetron (47%), kesenian tradisional (28%), musik (pop/ dangdut) sekitar 22%, kuis (hampir 19%), komedi/lawak (hampir 14%), keagamaan (11%), penyuluhan/pendidikan termasuk siaran perdesaan masuk peringkat kesembilan (hanya 6%), sama dengan kesukaan akan acara dialog/ wawancara (6%) dan kategori jenis acara lainnya ialah peringkat terakhir disukai (3%) seperti tayangan mistik, flora dan fauna.

Peternak di kedua kelompok sapi potong cederung telah berubah perilaku komunikasi pemanfaatan media massanya, yakni dominan terdedah radio dan televisi (Tabel 2). Akan tetapi, pemanfaatan media massa tersebut hanya untuk hiburan dan berita, sedangkan untuk informasi teknis (peternakan) hanya mengandalkan jaringan komunikasi. Hampir 21% peternak sapi potong mengaku membaca suratkabar dan 79% tidak pernah (Tabel 2). Pada kelompok kurang maju, hampir 89% peternak mengaku berperilaku membaca suratkabar, 11% tidak pernah. Pengakuan yang sama oleh peternak pada kelompok maju menyebutkan, sekitar 30% tak pernah membaca suratkabar dan hampir 70% terdedah suratkabar. Walaupun sama-sama dominan berperilaku tidak pernah membaca suratkabar, ternyata peternak kelompok maju berperilaku membaca suratkabar lebih tinggi dibandingkan kelompok kurang maju. Data frekuensi membaca suratkabar menunjukkan, dari 26 peternak yang baca koran, 14% peternak kurang maju baca suratkabar setiap hari, pada kelompok maju mengaku setiap hari baca suratkabar jauh lebih banyak (32%). Hal ini berarti sudah ada pergeseran perilaku komunikasi impersonal di kalangan kelompok maju, dalam hal ini baca suratkabar.

Peran Komunikasi Anggota Kelompok dalam Jaringan Komunikasi

Peran-peran komunikasi anggota kelompok dalam jaringan komunikasi sapi potong ditentukan berdasarkan matriks sosiogram struktur jaringan komunikasi interpersonal yang menggambarkan hubungan komunikasi antar anggota (Rogers, 1995). Umumnya, interaksi komunikasi yang dilakukan setiap anggota telah membentuk jaringan komunikasi dengan pola cenderung bersifat semi terbuka. Selain melakukan komunikasi penyuluhan sapi potong dengan sesama anggota di dalam jaringan, juga berkomunikasi dengan masyarakat lain. Hal ini dapat dilihat dari adanya tanda panah yang mengarah kepada anggota masyarakat di luar jaringan. Tak didapat anggota kelompok yang *isolate*/pencilan, yang ada hanya peran komunikasi sebagai *star, mutual pairs*, *neglectee* (Tabel 3).

Tabel 3. Sebaran responden berdasarkan peran komunikasi anggota kelompok kurang maju dan maju di tiga kabupaten terpilih, 2005 (%)

Peran-peran komunikasi anggota kelompok dalam jaringan komunikasi	Kelompok kurang maju			Kelompok maju			Gabungan
	Cisitu	Surade	Total	Gedangsari	Polokarto	Total	
Star	15,63	26,67	20,97	16,67	18,18	17,46	19,20
Mutual Pairs	46,87	50,00	48,38	40,00	21,21	30,16	39,20
Neglectee	37,50	23,33	30,65	43,33	60,61	52,38	41,60
n	32,00	30,00	62,00	30,00	33,00	63,00	125,00

Sekitar 19 persen berperan sebagai *star* (pemusatan jalur komunikasi), karena yang paling banyak ditunjuk oleh tanda panah, hal ini menunjukkan bahwa orang tersebut dipilih oleh beberapa orang lainnya untuk tempat bertanya; 39% sebagai *mutual pairs* yaitu peran komunikasi yang bersifat diadik dan hubungan mutual atau saling memilih sebagai tempat bertanya dan 42% *neglectee*, yakni hanya berperan komunikasi pernah membicarakan akan tetapi tidak pernah diajak bicara atau dijadikan tempat bertanya oleh anggota kelompok lain.

Pada kelompok maju, cenderung lebih banyak (52%) anggota kelompok berperan komunikasi *neglectee*, sedangkan peternak kelompok kurang maju dominan (48%) berperan *mutual pairs*. Adapun peran *star*, lebih banyak di kelompok kurang maju.

Perilaku Pemanfaatan atau Penggunaan Media Massa oleh Peternak Kurang Maju dan Maju untuk Mendapatkan Informasi Agribisnis Sapi Potong

Pengujian hipotesis utama yang didasarkan atas hasil analisis *Hotelling T Square* dengan mengkaji proporsi pemanfaatan atau penggunaan media massa dengan perilaku pemanfaatan saluran komunikasi interpersonal antara kelompok peternak sapi potong yang baru berkembang atau kurang maju dengan kelompok maju tersaji pada Tabel 4.

Hasil penelitian yang dipaparkan pada Tabel 4 menunjukkan, rata-rata peternak kelompok kurang maju berperilaku menerima informasi agribisnis sapi potong sedikit lebih tinggi dibanding anggota kelompok peternak maju. Begitu pun, perilaku menyebarkan informasi sapi potong yang diperoleh atau dimiliki kepada anggota kelompok maupun tetangga yang berada dalam sistem sosialnya, terlihat bahwa rata-rata peternak kelompok kurang maju berperilaku menyebarkan informasi agribisnis sapi potong lebih tinggi dibanding rata-rata peternak kelompok maju.

Hasil pengamatan menguatkan dugaan Slamet (1995) yang menyebutkan bahwa petani-peternak kelompok lokalit cenderung tinggi perilaku komunikasi interpersonalnya dalam menerima pesan penyuluhan dan menyebarkannya di antara sesama petani. Petani lokalit menurut Rogers (1995) termasuk dalam kategori kelompok tani belum maju atau ***non-cosmopolite***, yakni petani-peternak yang belum terdedah media massa dan jarang atau tidak pernah bepergian ke luar sistem sosialnya (ke luar desa atau ke kota), dan berorientasi **subsisten**, yakni bertipe tradisional yang berproduksi hanya untuk konsumsi sendiri, tidak untuk dijual (Rogers & Shoemaker, 1971). Faktor yang menyebabkan berkembangnya komunikasi antar pribadi (di kelompok kurang maju) di perdesaan di negara-negara berkembang, khusus di Asia Tenggara menurut hasil penelitian Feliciano (diacu Depari & MacAndrews, 1998) adalah masih tingginya tingkat solidaritas masyarakat, tingkat pendidikan masyarakat yang relatif rendah, tingkat motivasi mencari informasi baru (inovasi) rendah, lemahnya kemampuan masyarakat desa untuk memiliki dan memanfaatkan media sebagai sumber informasi, dan jumlah media massa di perdesaan relatif sedikit.

Bila diamati lebih jauh, ternyata rata-rata peternak maju yang memiliki perilaku aktif dalam mencari informasi serta mengklarifikasi dan mendiskusikan informasi sapi potong yang dibutuhkan, lebih tinggi dibandingkan rata-rata peternak kelompok kurang maju. Hal ini ternyata berkaitan cukup erat dengan atribut tingkat pendidikan formal, kelas ekonomi dan kepemilikan media massa responden peternak maju yang lebih tinggi, sehingga perilaku aktif mencari dan mengklarifikasikan pesan penyuluhan juga semakin meningkat dibanding peternak kelompok kurang maju. Menurut

Tabel 4. Perbedaan pola komunikasi peternak kelompok kurang maju dan maju berdasarkan perilaku komunikasi interpersonal dan komunikasi bermedia di tiga kabupaten terpilih, 2005

Jenis peubah	Kelompok kurang maju			Kelompok maju		
	Cisitu	Surade	Total	Gedangsari	Polokarto	Total
Pendidikan formal	2,00	1,70	1,90	2,60	1,80	2,20
Kelas ekonomi	1,10	1,40	1,13	2,20	1,70	2,00
Kepemilikan media massa	1,70	1,40	1,50	2,20	2,30	2,30
Perilaku menerima informasi	2,00	2,13	2,07	2,00	1,98	2,01
Perilaku mencari informasi	2,38	1,63	2,02	2,20	2,39	2,30
Perilaku klarifikasi/diskusi	2,34	1,97	2,16	2,77	2,30	2,52
Perilaku menyebar informasi	1,94	1,77	1,85	1,80	1,55	1,67
Keterdedahan siaran radio	1,78	1,73	1,76	1,83	1,55	1,68
Keterdedahan siaran televisi	1,88	1,87	1,87	2,00	1,97	1,98
Keterdedahan suratkabar	1,09	1,13	1,11	1,50	1,12	1,30
n	32,00	30,00	62,00	30,00	33,00	63,00

Keterangan : $T^2 = 51{,}647^{**}$
p-Value = 0,0000
$(F_{hitung} = 4{,}79) > (F_{tabel} = 1{,}91)$
df(10,114)

matriks korelasi (Tabel 5) terlihat bahwa tingkat pendidikan responden peternak sapi potong berhubungan sangat nyata (P = 0,0045) dengan perilaku mencari informasi. Dimana semakin tinggi tingkat pendidikan formal responden maka semakin aktif mencari informasi sapi potong. Peternak yang berpendidikan formal kategori tinggi ini ternyata berkorelasi sangat nyata (P<0,01) positif dengan kelas ekonomi yang cenderung tinggi. Kondisi perilaku peternak maju aktif mencari dan mengklarifikasi pesan penyuluhan ini sejalan dengan hasil penelitian Jarmie (1994) dan Sumardjo (1999) yang menyebutkan bahwa petani komersial dan mandiri (bisa disebut: ***petani maju***) cenderung membuat jejaring komunikasi sendiri serta mencari informasi dan memanfaatkan informasi sesuai kebutuhan. Jadi peternak maju cenderung tinggi tingkat klarifikasi akan informasi penyuluhan yang mereka dapatkan dan mencari tambahan informasi untuk menjawab permasalahan yang dihadapi dalam beternak.

Sisi lain yang mendukung cukup aktifnya perilaku peternak mencari informasi sapi potong dan mengklarifikasi pesan penyuluhan sapi potong tersebut adalah dikarenakan pada kelompok maju intervensi penyuluh, petugas keswan dan inseminator, pengurus kelompok serta agen-agen pembangunan lainnya relatif tinggi, termasuk terpaan media massa. Sinyalemen ini sejalan dengan pernyataan Slamet (2003) yang menyebutkan bahwa masyarakat petani (yang dalam penelitian ini dicirikan oleh "peternak maju") telah berubah secara nyata, yakni lebih baik tingkat pendidikannya, lebih sejahtera, lebih mengenal kemajuan, kebutuhan dan keterampilannya, dan telah mampu berkomunikasi secara impersonal.

Perilaku peternak dalam aktif mencari informasi ini ternyata berhubungan nyata

Tabel 5. Matriks korelasi (Pearson) antar peubah karakteristik personal, perilaku pemanfaatan media interpersonal dan pemanfaatan media massa

	X1	X2	X3	X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X5	X6	X7
X1. Pendidikan formal	1,00	0,87	0,22	0,15	0,35	0,18	-0,05	0,34	0,30	0,74
		(0,00)	(0,02)	(0,10)	(0,00)	(0,05)	(0,58)	(0,01)	(0,02)	(0,00)
X2. Kelas ekonomi		1,00	0,11	0,28	0,09	0,12	-0,01	0,05	0,22	0,55
			(0,32)	(0,05)	(0,36)	(0,29)	(0,95)	(0,57)	(0,18)	(0,00)
X3. Kepemilikan media			1,00	0,24	0,65	0,48	-0,12	0,11	0,65	0,24
massa				(0,13)	(0,00)	(0,08)	(0,19)	(0,82)	(0,00)	(0,13)
X4_1. Perilaku mene-				1,00	0,36	0,76	-0,16	0,25	0,84	0,31
rima informasi					(0,07)	(0,00)	(0,08)	(0,10)	(0,00)	(0,06)
X4_2. Perilaku mencari					1,00	0,10	-0,92	-0,10	0,51	0,52
informasi						(0,25)	(0,00)	(0,26)	(0,02)	(0,02)
X4_3. Perilaku klarifi-						1,00	0,03	0,19	0,74	0,33
kasi informasi							(0,73)	(0,21)	(0,00)	(0,04)
X4_4. Perilaku menye-							1,00	0,43	-0,01	-0,30
bar informasi								(0,00)	(0,90)	(0,03)
X5. Keterdedahan radio								1,00	0,27	0,48
									(0,06)	(0,00)
X6. Keterdedahan TV									1,00	0,24
										(0,11)
X7. Keterdedahan										1,00
suratkabar										

(P<0,05) dengan terdedah televisi dan suratkabar (Tabel 5). Artinya, semakin tinggi aktivitas komunikasi interpersonal para peternak dalam mencari informasi sapi potong, maka peternak memiliki tingkat keterdedahan yang tinggi terhadap siaran televisi dan suratkabar. Peternak tersebut (analisis Biplot terhadap 10 variabel yang diuji *Hotelling T Square*), adalah peternak anggota kelompok maju, yakni kelompok Gedangsari dan Polokarto (Gambar 2).

Terdapat hubungan nyata (P<0,05) antara perilaku komunikasi peternak sapi potong dalam mengklarifikasi informasi yang diperoleh dengan perilaku keterdedahan media massa suratkabar (Tabel 5). Peternak dengan tingkat keterdedahan suratkabar yang tinggi, cenderung berperilaku komunikasi klarifikasi yang tinggi pula. Rata-rata kedua macam perilaku komunikasi (terdedah televisi dan suratkabar) ini lebih tinggi pada peternak maju dibanding dengan peternak kurang maju (Tabel 4).

Pada Gambar 2 jelas terlihat bahwa perilaku komunikasi aktif mencari informasi, perilaku klarifikasi informasi yang diperoleh, keterdedahan televisi dan suratkabar mengumpul pada peternak kelompok maju, termasuk dominasi karakteristik personalnya (tingkat pendidikan, kelas ekonomi dan kepemilikan media massa) yang antar variabel tersebut umumnya saling berkorelasi positif dengan keragaman yang tinggi. Pada kelompok Gedangsari cenderung berkorelasi positif antara variabel personal peternak dengan perilaku mencari informasi, perilaku klarifikasi informasi, keterdedahan suratkabar dan siaran televisi, juga keterdedahan siaran radio. Peternak kelompok Polokarto cenderung berhubungan kuat positif dengan keragaman tinggi antara variabel kepemilikan media massa dengan perilaku keterdedahan siaran televisi dan perilaku klarifikasi informasi yang diperoleh, juga dengan perilaku komunikasi aktif mencari informasi.