PERSEPSI PETANI TENTANG SALURAN KOMUNIKASI USAHATANI PADI

Pepi Rospina Pertiwi[1] dan Amiruddin Saleh[2]

ABSTRACT

Serang District is a one of four districts of Banten Province which resulted high production of paddy, at the west region of Java Island. This condition must be defended with introduced paddy farming innovation continuously, what submitted trough various of communication channel. The research objectives were: (1) to describe the innovativeness characteristics of paddy farmers, (2) to know the perception of paddy farmers on extension communication channel, (3) to analyze the relationship between the innovativeness characteristics of paddy farmers with their perception about extension communication channels. This research was conducted with the survey methods and observations in the three Serang subdistricts, including Ciruas, Carenang and Tirtayasa. The determination of the sample done in random sampling, with the number of samples of 136 people. The correlation analysis of variables is done through Spearman rank correlation test. Reasearch results were: the innovativeness characteristics of paddy farmers were classified, except on the level of risk, including category bad; perception of farmers about the communication channels was good on the financing aspect, both interpersonal and media; farmer innovativeness characteristics correlated significantly with the perception of interpersonal and media communication channels, except ownership of capital

Key words: *perception, communication channel, paddy*

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian di Indonesia tidak semata-mata hanya dilakukan untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian, namun juga diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan keluarganya. Peningkatan kesejahteraan petani merupakan salah satu tujuan penyuluhan pertanian, yang ditegaskan dalam UU RI No.16 Tahun 2006 bahwa penyuluhan salah satunya ditujukan untuk memberdayakan pelaku utama dan pelaku usaha dalam peningkatan kemampuan melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif, penumbuhan motivasi, pengembangan potensi, pemberian peluang, peningkatan kesadaran dan pendampingan serta fasilitasi.

Upaya pencapaian tujuan penyuluhan salah satunya dilakukan melalui pengembangan inovasi pertanian, penyebaran dan penumbuhan motivasi pada petani untuk menggunakan inovasi tersebut. Salah satu dampak penyebaran inovasi pada suatu masyarakat adalah terbentuknya karakteristik inovasi, yang dibedakan antara kelompok yang cenderung inovatif dan kurang inovatif. Rogers dan Shoemaker (1995) mengistilahkan hal tersebut sebagai karakteristik keinovatifan, yang dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu: (1) karakteristik sosial ekonomi, meliputi: status sosial, tingkat mobilitas/kekosmopolitan, luas lahan, modal, jenis pekerjaan, orientasi pada komersialisasi produk; (2) karakteristik individu yang diperlihatkan dengan: sikap empati, dogmatis, kemampuan abstraksi, rasionalitas, intelegensi, sikap terhadap perubahan, keberanian beresiko dan sikap futuristik; dan (3) karakteristik komunikasi yang meliputi: tingkat partisipasi sosial, komunikasi interpersonal, hubungan sosial dan dengan agen pembaharu, pemanfaatan media massa untuk mencari informasi, serta tingkat kepemimpinan.

[1] Dosen Universitas Terbuka Tangerang
[2] Dosen IPB Bogor

Karakteristik sasaran termasuk salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam kegiatan penyuluhan agar mendukung efektivitas penyampaian pesan pembangunan. Beberapa hasil penelitian tentang karakteristik keinovatifan antara lain dilakukan oleh Subagiyo (2005), di mana karakteristik yang berkaitan dengan keinovatifan petani dalam menerima informasi dan inovasi antara lain umur, tingkat pendidikan dan pengalaman bekerja, motivasi, tingkat keterdedahan terhadap informasi dari media, kekosmopolitan, serta keterlibatan dalam organisasi. Adapun Pertiwi *et al.* (2007) menunjukkan bahwa tingkat keinovatifan petani-nelayan yang dilihat dari peubah karakteristik individu, sosial dan komunikasi, menunjukkan kondisi yang sejalan dengan tingkatan kategori adopter. Artinya makin tinggi tingkatan kategori adopter, makin tinggi pula tingkat keinovatifannya.

Di samping sebagai fungsi edukasi dan pemberdayaan masyarakat, penyuluhan juga berperan sebagai fungsi penyebarluasan informasi yang membutuhkan proses komunikasi penyuluhan. Henuk dan Levis (2005) menyebutkan bahwa komunikasi penyuluhan berkaitan dengan bagaimana melakukan komunikasi dengan petani-petani kecil dengan segala keterbatasan yang mereka miliki, agar pesan yang disampaikan melalui komunikasi penyuluhan dapat diterima dengan baik, diserap dan selanjutnya diterapkan dalam usahatani mereka, sehingga petani kecil mampu meningkatkan kesejahteraannya atau bagaimana mereka dapat hidup sejahtera.

Petani padi merupakan sasaran yang perlu dijamah oleh informasi, mengingat petani padi merupakan pelaku utama dalam penyediaan produksi beras. Informasi-informasi aktual berupa inovasi usahatani padi yang semakin berkembang perlu sampai pada petani. Informasi-informasi tersebut berupa sistem usahatani, mencakup teknik pengolahan lahan, penanaman, pemupukan, pengairan, pemeliharaan dan pemanenan. Berbagai saluran komunikasi dapat dimanfaatkan untuk menyebarluaskan informasi ini, sehingga petani mempunyai keputusan untuk memilih saluran komunikasi apa yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Keputusan petani untuk memilih saluran komunikasi awalnya terbentuk dari penilaian petani terhadap saluran komunikasi. Berlo (1960) mengungkapkan sasaran komunikasi akan memilih saluran sesuai dengan melihat: (1) saluran apa yang tersedia, (2) berapa biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh saluran dan (3) saluran apa yang dipilihkan oleh sumber. Dengan demikian, persepsi petani mengenai ketersediaan, pembiayaan, kemudahan mengakses serta ketepatan penggunaan saluran komunikasi sebagai pembawa informasi merupakan hal yang cukup penting untuk dikaji terkait preferensi petani terhadap saluran komunikasi.

Salah satu sentra produksi padi di wilayah Barat Pulau Jawa adalah Provinsi Banten. Berdasarkan data yang tersedia, sampai akhir tahun 2005 Provinsi Banten mengalami surplus beras sebanyak 65.488 ton, bahkan menyumbang 24,75 persen persediaan beras bagi provinsi Banten (Khomsurizal 2008). Kabupaten Serang merupakan wilayah kedua yang memiliki produksi padi terbanyak di Provinsi Banten. Upaya penyediaan infomasi tentang inovasi padi bagi petani padi di Serang makin giat digalakkan. Sebagai contoh, posko Prima Tani dan klinik pertanian dibangun untuk menyediakan informasi bagi petani secara langsung di lokasi tempat tinggal mereka. Di samping itu juga disediakan pelayanan informasi melalui peralatan komunikasi elektronik dan media cetak (Deptan 2008). Dengan saluran komunikasi penyuluhan yang ditawarkan, diharapkan petani padi di wilayah Serang

dapat meningkat pengetahuannya tentang inovasi pertanian komoditas padi, sehingga memacu mereka menggunakan cara-cara pertanian yang baru.

Pada kenyataan di lapangan, petani padi masih menggunakan cara-cara lama dalam mengelola usahataninya (seperti pola tanam serumpun dalam satu lubang, pola pemupukan yang tidak sesuai dengan perkembangan usia tanam dan lain-lain). Hal ini diduga karena petani kurang mengakses informasi, sehingga petani masih belum menerima informasi dengan baik tentang inovasi sistem usahatani dari berbagai sumber yang relevan. Sistem penyuluhan berjenjang memungkinkan terjadinya informasi yang hanya berhenti di tingkat petani yang sudah lebih maju, yang kurang dekat dengan petani lainnya. Upaya penyampaian informasi inovasi padi cenderung sulit dijalankan mengingat umur rata-rata petani Indonesia cenderung tua, yang cukup berpengaruh pada penerimaan informasi baru, karena petani yang berusia tua cenderung sangat konservatif dalam menyikapi terhadap perubahan atau inovasi teknologi (Henuk & Levis 2005). Di samping itu diduga mereka juga kurang tanggap terhadap teknologi informasi dan menganggapnya sebagai sesuatu yang rumit.

Berdasarkan uraian di atas diperlukan suatu kajian untuk menjawab beberapa pertanyaan berikut: (1) seperti apakah karakteristik keinovatifan petani penerima informasi pengelolaan usahatani padi? (2) bagaimanakah persepsi petani tentang saluran komunikasi yang membawa informasi pengelolaan usahatani padi di kalangan masyarakat petani? dan (3) sejauh mana hubungan karakteristik keinovatifan petani dengan persepsinya tentang saluran komunikasi yang membawa informasi pengelolaan usahatani padi?

Artikel ini ditulis berdasarkan hasil penelitian tahun 2009 yang menganalisis tentang persepsi dan pemilihan petani terhadap saluran komunikasi mengenai informasi pengelolaan usahatani padi, sebagai suatu kasus yang diambil dari para petani di Kabupaten Serang. Aspek karakteristik keinovatifan yang digunakan dalam kajian ini aspek karakteristik keinovatifan yang dikemukakan oleh Rogers dan Shoemaker (1995). Variabel-variabel karakteristik keinovatifan yang dikaji antara lain status sosial, luas lahan dan kepemilikan modal (karakteristik sosial ekonomi), tingkat empati, tingkat keberanian beresiko dan tingkat futuristik (karakteristik individu) dan tingkat partisipasi sosial, tingkat aktivitas komunikasi dan keterlibatan dalam penyuluhan (karakteristik komunikasi).

Karakteristik keinovatifan petani tersebut dihubungkan dengan persepsi petani tentang saluran komunikasi penyuluhan yang terbagi menjadi saluran interpersonal dan saluran komunikasi bermedia. Persepsi petani tentang saluran komunikasi ini dilihat dari empat indikator, yaitu ketersediaan saluran, pembiayaan saluran, kemudahan mengakses saluran dan ketepatan penggunaan saluran. Adapun subjek informasi melalui saluran komunikasi penyuluhan yang diamati adalah informasi inovasi tentang usahatani padi, mencakup teknik pemilihan bibit, pola tanam, teknik pemupukan, teknik pengendalian hama penyakit, teknik pengairan, teknik pemanenan, permodalan dan pemasaran.

Informasi yang dibutuhkan dalam penelitian digali melalui penyebaran kuesioner yang didukung dengan wawancara mendalam terhadap petani responden. Instrumen dikembangkan dalam dua bentuk, yaitu instrumen berupa kuesioner dalam bentuk penyataan dan pertanyaan (terbuka dan tertutup). Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian diperoleh nilai koefisien reliabilitas untuk variabel

karakteristik keinovatifan petani sebesar 0,802 dan untuk variabel persepsi tentang saluran komunikasi penyuluhan sebesar 0,870. Berdasarkan kuesioner tertutup dihasilkan data kuantitatif yang selanjutnya di-*coding* dan di-*entry* dengan menggunakan SPSS. Data tersebut dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan menampilkan distribusi frekuensi, persentase, rataan skor dan total rataan skor; dan analisis statistik inferensial berupa uji korelasi *rank* Spearman (r_s), untuk mengetahui hubungan antara karakteristik keinovatifan petani dengan persepsi petani tentang saluran komunikasi penyuluhan. Adapun bentuk pernyataan atau jawaban dari pertanyaan terbuka menghasilkan data kualitatif yang digunakan untuk melengkapi informasi yang dapat mempertajam analisis data kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua petani padi yang menjadi anggota kelompok tani padi sawah di Kabupaten Serang. Penentuan lokasi kecamatan dilakukan secara *purposive* dengan memilih tiga kecamatan, dari 10 kecamatan yang memiliki kelompok tani dengan komoditas khusus padi sawah, yaitu kecamatan Ciruas, Tirtayasa dan Carenang. Dari jumlah populasi di tiga kecamatan tersebut, diambil sampel penelitian sebanyak 2,5 persen sehingga sampel penelitian berjumlah 136 orang. Sampel diambil secara acak sederhana (simple random sampling) dari gabungan kelompok tani (gapoktan) yang memiliki jumlah anggota kelompok tani terbanyak di setiap kecamatan sejumlah 45-46 orang responden. Seluruh responden diwawancara berdasarkan kuesioner yang telah dibuat.

GAMBARAN USAHATANI PADI DI KABUPATEN SERANG

Di Kabupaten Serang, kegiatan penanaman padi dilakukan sepanjang tahun. Umumnya penanaman padi dilakukan dalam tiga kali musim setahun. Varietas padi yang biasa ditanam oleh petani antara lain Ciherang, Cigeulis dan IR 64. Varietas ini memiliki waktu tanam yang singkat dan hasil yang baik. Petani banyak menggunakan varietas ini karena cukup mudah mendapatkannya, baik melalui subsidi dari pemerintah, membeli dari petani lain ataupun dari kios pertanian setempat.

Tahapan penanaman padi diawali dengan persiapan lahan umumnya dikerjakan oleh petani pemilik/penggarap dibantu oleh para buruh tani. Secara umum pengolahan tanah dilakukan dengan cara membajak, mencangkul atau dengan *hand tractor* yang menggunakan bahan bakar solar. Ditinjau dari pembuatan jarak tanam, terdapat dua sistem tanam padi yang dilakukan petani, yaitu sistem garit biasa dan sistem jajar legowo. Sistem jajar legowo ini merupakan salah satu inovasi padi sawah.

Penyiangan lahan dilakukan pada saat padi berumur sekitar 25-30 hari, untuk mencabut gulma yang tumbuh di sekitar tanaman, biasanya dilakukan bersamaan dengan penyemprotan tanaman. Pemupukan untuk tanaman padi masih banyak dilakukan dengan menggunakan pupuk kimia. Beberapa petani menggunakan pupuk organik sebagai pupuk sampingan. Inovasi pemupukan terbaru, yaitu pemupukan dengan cara menggunakan Bagan Warna Daun (BWD) untuk pemupukan N, hampir belum dilakukan oleh responden petani.

Pengairan sawah yang dilakukan petani umumnya masih menggunakan sistem pengairan tergenang, yang hanya sesekali disusutkan airnya, yaitu apabila akan melakukan pemupukan atau penyemprotan. Upaya penanggulangan HPT

hampir seluruhnya dilakukan secara kimia, yaitu dengan melakukan penyemprotan. Umumnya petani tidak memperhatikan apakah ada gejala serangan hama atau tidak, tetapi menyemprot sesuai keinginannya.

Panen padi dilakukan setelah padi menguning dan bulir penuh, yaitu sekitar 3,5 bulan. Cara pemanenan di setiap hamparan atau wilayah pertanian berbeda-beda, yaitu dengan cara melelang hasil panen ke tengkulak, memanen dengan menyewa buruh tani, dan memanen dengan sistem *gebotan*, di mana yang memanen adalah para petani yang ikut andil pada saat menanam. Petani menuturkan bahwa keuntungan panen dengan cara ini adalah keeratan hubungan antar petani dapat terjalin dengan kuat, serta tidak ada petani yang tidak memiliki padi di rumahnya sendiri. Selama cara panen ini dilakukan secara serentak dan dilakukan dengan cara beregu, cara ini tidak bertentangan dengan inovasi pertanian.

Hal lain di luar teknik bertani dan tak kalah penting adalah tentang permodalan dan pemasaran. Secara umum, petani telah memiliki kemandirian dalam melakukan permodalan dalam bentuk uang. Banyak di antara petani yang menggunakan uang sendiri untuk biaya operasional penanaman. Namun demikian ada pula petani yang meminjam modal ke pihak lain, seperti ke kerabat, tengkulak atau kelompok tani. Modal yang diperoleh dari kelompok tani umumnya berupa subsidi yang diberikan melalui kelompok, baik berupa bibit atau pupuk maupun sejumlah uang yang dialokasikan untuk pembelian bibit atau pupuk. Peminjaman ke petani lain umumnya bukan dalam bentuk uang, tetapi dalam bentuk sarana produksi atau alat-alat pertanian. Pembayaran dilakukan pada saat panen, umumnya dengan membayarkan sejumlah hasil panen sesuai kesepakatan.

Pemasaran hasil panen dilakukan dengan dua cara, yaitu penjualan langsung sesaat sesudah panen, atau ditunda pada saat membutuhkan uang. Dengan cara panen lelang, hasil panen secara otomatis terjual secara langsung. Apabila hasil panen disimpan di rumah, kapan pun petani ingin menjual hasil panen, banyak pembeli yang datang mencari, atau menjual ke penggilingan (pabrik) sebagai penampung hasil panen utama di wilayah internal pertaniannya.

SALURAN KOMUNIKASI PENYULUHAN DI KABUPATEN SERANG

Saluran komunikasi penyuluhan di Kabupaten Serang terbagi menjadi dua bagian, yaitu saluran komunikasi langsung (interpersonal) dan tidak langsung (bermedia). Saluran komunikasi langsung yang paling berperan adalah sesama petani dalam lingkungannya. Petani yang berprestasi merupakan andalan bagi kegiatan penyuluhan, karena melalui petani teladan, petani lain dapat langsung mencontoh cara usahatani yang baik. Tokoh masyarakat memegang peranan penting dalam menginformasikan hal-hal terkait kegiatan sosial maupun nilai-nilai yang berpengaruh terhadap kehidupan dan usahatani. Penyuluh sendiri memfasilitasi informasi-informasi terkini bagi petani. Untuk informasi tentang sarana produksi, pedagang saprotan merupakan saluran komunikasi yang cukup tepat. Adapun pengumpul merupakan saluran komunikasi yang cukup tepat bagi petani untuk memperoleh informasi tentang harga dan pemasaran.

Dalam kaitannya dengan berbagai saluran komunikasi bermedia, di tiga kecamatan terpilih diungkapkan bahwa media penyuluhan masih tergolong relatif kurang. Stasiun TV lokal yaitu Cahaya Banten, belum memiliki siaran spesifik tentang pertanian. Beberapa stasiun radio memiliki slot siaran untuk acara

pertanian, yaitu Radio Megaswara dan Dimensi, namun dari hasil wawancara terhadap petani, minat petani terhadap siaran radio ternyata kurang. Mereka lebih mengharapkan siaran televisi untuk lebih banyak menayangkan siaran pertanian, karena sifatnya yang mudah dipahami dan mudah didengar dan dilihat.

Surat kabar dan majalah pertanian menurut penyuluh dinilai mampu mewakili informasi yang dibutuhkan petani. Majalah yang paling dikenal petani adalah trubus, sedangkan surat kabar adalah Sinar Tani (Sinta). Buku-buku yang mengemukakan topik budidaya pertanian, peternakan dan perikanan, sudah diakomodasikan di perpustakaan Prima Tani. Adapun selebaran-selebaran berupa *leaflet* atau poster dianggap penyuluh sebagai media yang jumlahnya paling mencukupi. Bagi petani sendiri, *leaflet* biasanya mereka peroleh dari pertemuan kelompok atau dari para formulator sarana produksi pertanian.

Saluran komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi yang terjadi dalam masyarakat. Badan Pengkajian Teknologi Pertanian (2006) menyebutkan bahwa proses komunikasi dalam kegiatan penyuluhan terintegritasi secara keseluruhan, mulai dari kegiatan pertemuan kelompok, pelatihan-pelatihan disertai dengan berbagai fasilitas media komunikasi cetak seperti *leaflet*, brosur, poster, surat kabar dan majalah, serta noncetak yang umumnya berbentuk VCD tentang teknik pertanian. Klinik pertanian pada Prima Tani pun dibuat salah satunya sebagai fungsi penyedia informasi. Di perpustakaan klinik disediakan bahan-bahan bacaan baik yang diproduksi oleh pemerintah maupun swasta, dengan harapan para petani datang untuk memanfaatkannya secara cuma-cuma.

KARAKTERISTIK KEINOVATIFAN PETANI PADI

Karakteristik keinovatifan petani adalah ciri-ciri yang melekat pada diri petani dalam kaitannya dengan penerimaan inovasi. Karakteristik keinovatifan petani yang diamati mengacu pada karakteristik keinovatifan seperti yang dikemukakan oleh Rogers dan Shoemaker (1995). Data-data yang dihimpun seputar deskripsi karakteristik keinovatifan disajikan dalam bentuk rataan skor jawaban petani, yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi karakteristik keinovatifan petani berdasarkan rataan skor

Karakteristik Keinovatifan Petani	Rataan skor*
Status sosial	1,89
Luas lahan	1,88
Kepemilikan modal	2,22
Tingkat empati	2,00
Tingkat keberanian beresiko	1,58
Tingkat futuristik	1,97
Tingkat partisipasi sosial	2,09
Tingkat aktivitas komunikasi	1,75
Keterlibatan dalam penyuluhan	1,69
Total rataan skor	1,90

Keterangan: * 1,00 - 1,66 = buruk/sempit/rendah; 1,67 - 2,33 = cukup baik/cukup luas/sedang; 2,34 - 3,00 = baik/luas/tinggi

Status sosial petani tergolong cukup baik (rataan skor 1,89). Gambaran status sosial ini ditunjukkan dari jabatan sosial yang diduduki di masyarakat dan tingkat kehidupan petani. Ditinjau dari jabatan sosial, status sosial petani sebenarnya cenderung rendah. Sebanyak 41,18 persen petani tergolong aktif dalam organisasi kemasyarakatan, antara lain: kelompok tani, organisasi keagamaan (pengurus mushola, dewan mesjid), kepemudaan, koperasi, komite sekolah dan pemerintahan. Kategori cukup baik diperoleh dari tingkat kehidupan yang cenderung tinggi, yang dilihat dari sejumlah 80,88 persen petani yang telah memiliki rumah sendiri, dan hampir seluruh bangunannya permanen. Sebanyak 69,12 persen telah memiliki kendaraan bermotor roda dua. Di samping itu kepemilikan alat mesin pertanian tergolong cukup baik, di mana sekitar 40 persen petani memiliki alat dan mesin pertanian lebih dari satu jenis. Dalam kegiatan penyuluhan, kondisi status sosial petani yang terlihat di lapangan memungkinkan petani untuk dapat lebih dimotivasi agar mau mengakses berbagai saluran komunikasi sebagai media penyampai informasi inovasi.

Luas lahan sawah yang digarap petani menunjukkan kategori cukup luas, dengan rataan skor 1,88. Luas lahan petani adalah antara 300-25.000 m^2, namun 63,24 persen tergolong cukup luas, yaitu antara 3.500-10.000 m^2. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan petani dalam mengusahakan lahan dapat mencukupi kebutuhan hidup, bukan saja untuk konsumsi tapi juga mencukupi kebutuhan sekundernya. Menurut Rogers dan Shoemaker (1995), kepemilikan lahan berkaitan dengan keinovatifan seseorang. Petani yang memiliki lahan luas cenderung lebih tanggap terhadap inovasi. Dalam kegiatan penyuluhan, inovasi tentang teknik-teknik diversifikasi untuk lahan sempit atau teknik ekstensifikasi untuk lahan luas merupakan salah satu program yang dapat diinformasikan dan ditumbuhkan minatnya pada masyarakat petani.

Kepemilikan modal petani tergolong cukup baik, dengan rataan skor 2,22 (Tabel 1). Kenyataan ini didukung dengan sejumlah 54,41 persen petani yang memiliki lahan dengan status milik pribadi. Kepemilikan lahan secara pribadi cenderung dapat menjamin petani untuk berusahatani secara berkelanjutan. Jumlah modal yang dikeluarkan petani setiap musim tergolong sedang, yaitu berkisar antara 1-2 juta rupiah. Adapun sumber modal yang dikeluarkan oleh 52,2 persen berasal dari sumber modal pribadi. Kondisi kepemilikan modal petani di lapangan mengindikasikan bahwa petani cenderung mampu mencari berbagai informasi terkait dengan usahataninya. Dengan modal yang ada, petani telah mempertaruhkan resiko dalam berusahatani, sehingga sebisa mungkin dapat mempertahankan usahataninya agar tidak mengalami kegagalan.

Tingkat empati petani tergolong cukup baik (rataan skor 2,00), ditunjukkan dengan empat indikator yang ditanyakan, ternyata sejumlah 41,91 persen menyatakan sering menghargai pendapat orang lain, 44,12 persen sering mendahulukan kepentingan orang lain, bahkan 80,15 persen menyatakan sering peduli terhadap kesulitan orang lain. Berbeda halnya dengan perilaku petani dalam menggantikan tugas orang lain, nilai yang diperoleh cenderung rendah, karena lebih dari 40 persen menyatakan jarang mau menggantikan tugas orang lain. Alasan terhadap jawaban ini umumnya petani ketakutan melakukan kesalahan dalam melakukan sesuatu yang bukan tugasnya. Secara idealis, orang yang memiliki empati kategori baik akan dihargai banyak orang, termasuk kemungkinan untuk

dijadikan tempat bertanya bagi masyarakat sekitar. Untuk itu orang yang memiliki empati besar termotivasi berusaha memperkaya dirinya dengan berbagai ilmu pengetahuan baru.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa tingkat keberanian petani dalam mengambil resiko tergolong buruk, yaitu memiliki rataan skor 1,58. Indikator keberanian beresiko yang diamati antara lain tindakan petani dalam mencoba cara tanam baru, mencoba varietas baru, mengatasi masalah secara pribadi dan melakukan eksperimen atau penemuan-penemuan sederhana di bidang pertanian. Persentase jawaban petani terbesar berada pada jawaban ”jarang” dalam melakukan keempat indikator tersebut. Dalam kegiatan penyuluhan, kekurangberanian mengambil resiko bagi petani merupakan hambatan utama dalam penyebaran inovasi. Penyuluh memiliki tugas membangkitkan motivasi petani agar mau mencoba hal-hal yang belum pernah dilakukannya. Hal tersebut perlu disertai dengan metode penyampaian teknik-teknik baru yang tepat seperti melakukan ujicoba di lahan percontohan yang dapat dilihat oleh semua orang.

Tingkat futuristik adalah derajat kemampuan petani dalam berorientasi ke masa depan. Petani memiliki tingkat futuristik yang tergolong cukup baik, yaitu memiliki rataan skor jawaban 1,97 (Tabel 1). Sejumlah 20,59 persen petani yang percaya bahwa kehidupan masa depan ditentukan oleh usahanya saat ini, sedangkan sejumlah 51,47 persen petani merasa yakin bahwa usahatani yang dijalankan akan tetap bertahan walaupun kondisi negara serba sulit dan mahal serta 46,32 persen petani sering merasa yakin bahwa kegiatan usahatani akan terus kesinambungan dan mampu menopang kebutuhan hidupnya sampai anak-anak mereka dewasa. Dalam kegiatan penyuluhan, pandangan yang baik ke masa depan perlu ditumbuhkan bagi masyarakat petani. Dengan memiliki pandangan yang positif, petani akan berusaha untuk mengupayakan usahataninya menjadi lebih baik, yang diharapkan terwujud melalui sikap proaktif terhadap inovasi.

Tingkat partisipasi sosial merupakan salah satu ciri karakteristik komunikasi yang berada dalam kategori cukup baik, dengan rataan skor 2,09 (Tabel 1). Gambaran tingkat partisipasi sosial ini ditunjukkan dengan keterlibatan petani dalam kehidupan bermasyarakat. Tingkat keterlibatan petani yang paling tinggi adalah dalam kegiatan keagamaan (70,59% petani menyatakan selalu mengikuti kegiatan setiap bulan). Selanjutnya sejumlah 37,50% petani menyatakan selalu mengikuti kegiatan gotong-royong, sering memberi bantuan apabila ada yang terkena musibah (46,32%) dan sering terlibat dalam pengurusan tetangga yang meninggal (48,53%). Secara keseluruhan partisipasi petani dalam kegiatan masyarakat tergolong cukup baik. Tingkat partisipasi seperti yang terlihat di lapangan dapat membantu kelancaran kegiatan penyuluhan, termasuk penyebaran inovasi.

Tingkat Aktivitas komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat aktif tidaknya petani dalam memperoleh informasi, baik tentang kegiatan sosial maupun usahatani. Tabel 1 memperlihatkan kategori cukup baik untuk aktivitas komunikasi petani, dengan rataan skor 1,75. Walaupun sejumlah 55,88 persen petani mengaku tidak pernah mencari informasi tentang kegiatan sosial secara aktif, namun untuk informasi yang berkaitan dengan usahatani, sejumlah 31,62 persen reponden mengatakan selalu aktif mencari sendiri informasi yang

dibutuhkannya. Informasi yang paling sering dicari terutama yang berkaitan dengan aktivitas perencanaan usahatani dan proses produksi.

Peubah terakhir dari karakteristik keinovatifan petani yang diamati adalah keterlibatan petani dalam penyuluhan, yang memperoleh rataan skor sebesar 1,69. Walaupun masuk dalam kategori cukup baik, namun keterlibatan petani dalam penyuluhan cenderung ke arah kategori buruk. Sejumlah 36,03 persen petani memiliki tingkat kehadiran yang tinggi dalam pertemuan kelompok, dan sejumlah 55,88 persen menyatakan pernah mengikuti pelatihan baik satu kali maupun lebih. Dalam kegiatan penyuluhan, sejumlah 33,09 persen petani menyatakan terlibat dalam identifikasi wilayah penyuluhan, yaitu melalui pengisian data-data terkait usahataninya. Sejumlah 8,82 persen petani menambahkan keterlibatannya dalam perumusan tujuan selain identifikasi wilayah dan 13,24 persen ikut merumuskan masalah dan pemecahannya. Akan tetapi sejumlah 44,85 persen menyatakan tidak pernah terlibat sama sekali dalam perencanaan program penyuluhan. Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa keterlibatan petani dalam penyuluhan masih perlu ditingkatkan. Pelibatan petani dalam kegiatan penyuluhan dan perencanaan program penyuluhan dapat menumbuhkan interaksi antar petani dan interaksi antara petani dan penyuluh dengan lebih baik lagi. Semakin tinggi tingkat interaksi dalam masyarakat petani, menjadikan semakin mudah pula proses difusi dan adopsi inovasi berlangsung.

PERSEPSI PETANI TENTANG SALURAN KOMUNIKASI PENYULUHAN

Persepsi petani tentang saluran komunikasi penyuluhan dibagi menjadi empat kategori, yaitu buruk, cukup baik, baik dan baik sekali. Tabel 2 menunjukkan bahwa urutan tertinggi dari persepsi responden tentang saluran komunikasi penyuluhan adalah pada aspek pembiayaan untuk mengakses saluran komunikasi. Berdasarkan kenyataan tersebut, terlihat bahwa petani tidak memiliki kekhawatiran terhadap biaya yang dikeluarkan untuk mengakses saluran, sejauh informasi yang dibutuhkan tersedia dan mudah diperoleh.

Tabel 2 Persepsi petani padi tentang saluran komunikasi berdasarkan rataan skor

Persepsi tentang Saluran Komunikasi	Rataan skor*	
	Interpersonal	Bermedia
Ketersediaan saluran komunikasi	2,35	2,23
Pembiayaan mengakses saluran komunikasi	2,89	2,58
Kemudahan mengakses saluran komunikasi	2,50	2,14
Ketepatan penggunaan saluran komunikasi	2,49	2,51
Total rataan skor	2,56	2,37

Keterangan: * 1,00 - 1,75 = buruk; 1,76 - 2,50 = cukup baik; 2,51 - 3,25 = baik; 3,26 - 4,00 = baik sekali.

Persepsi responden tentang ketersediaan saluran komunikasi penyuluhan tergolong cukup baik, dengan rataan skor 2,35 untuk saluran komunikasi interpersonal dan 2,23 untuk saluran komunikasi bermedia. Saluran komunikasi interpersonal merupakan pihak-pihak yang lebih sering ditemui oleh petani. Dalam

kaitannya dengan informasi pengelolaan usahatani padi, 50 persen responden berpersepsi bahwa saluran komunikasi ”petani lain” selalu tersedia dalam memberikan informasi tentang penanggulangan hama dan penyakit tanaman (HPT). Adapun penyuluh paling tinggi ketersediaannya dalam menyediakan informasi tentang pemupukan (47,06%). Pedagang saprotan tertinggi ketersediaannya dalam menyediakan informasi tentang penanggulangan HPT (41,91%), sedangkan pengumpul memiliki ketersediaan tertinggi pada informasi tentang pemasaran (38,97%).

Saluran komunikasi bermedia yang dirasa responden paling baik ketersediaannya adalah TV. Beberapa stasiun televisi diketahui menyajikan acara pertanian, baik yang khusus acara pertanian, acara selingan, siaran berita maupun iklan. Menurut responden, ketersediaan tertinggi yang dicapai TV adalah dalam penyajian informasi tentang penanggulangan HPT, pemupukan dan pemanenan. Poster/*leaflet* dan surat kabar/majalah pertanian dirasa petani cukup banyak tersedia, dan menyajikan banyak informasi tentang teknik usahatani padi. adapun informasi yang selalu tersedia melalui poster/*leaflet* dan surat kabar/majalah pertanian adalah tentang penanggulangan HPT. Radio menempati urutan terbawah sebagai saluran komunikasi yang dirasakan ketersediaannya oleh petani. Sepertinya posisi radio telah tergeser dengan adanya televisi yang mampu memberikan informasi lebih baik. Melalui televisi, siaran tidak saja dapat didengar tetapi juga dilihat.

Tabel 2 memperlihatkan bahwa persepsi petani tentang pembiayaan saluran komunikasi tergolong pada kategori baik (rataan skor 2,89 untuk saluran interpersonal dan rataan skor 2,58 untuk saluran bermedia). Berbeda halnya dengan ketersediaan saluran komunikasi, persepsi keterjangkauan biaya untuk mengakses petani dan penyuluh hampir merata untuk setiap informasi teknik usahatani padi. Jawaban ’murah’ dan ’sangat murah’ dilontarkan oleh sekitar 33-50 persen responden untuk penyuluh, dan petani lain. Sedangkan untuk pedagang saprotan dan pengumpul, persepsi responden umumnya ’murah. Kenyataan ini menunjukkan bahwa masalah perolehan informasi tidak terletak pada biaya yang harus dikeluarkan, tetapi pada ada tidaknya informasi yang dapat diakses melalui saluran komunikasi interpersonal.

Pada saluran komunikasi bermedia, sekitar 30 persen responden menganggap bahwa poster/*leaflet* bisa diakses dengan ’sangat murah,’ terutama dalam mencari informasi teknik usahatani padi. Petani dapat dengan mudah mengakses poster/*leaflet* di tempat pertemuan kelompok, klinik prima tani, kios saprotan bahkan dari formulator yang mendatangi petani, sehingga petani tidak perlu mengeluarkan banyak biaya. Selanjutnya sejumlah 8-11 persen responden menyatakan bahwa surat kabar/majalah pertanian sangat murah diakses untuk semua jenis informasi teknik usahatani. Adapun TV dan radio dipersepsikan berada dalam jawaban ’murah’ dan ’mahal’ oleh kebanyakan responden, untuk semua jenis informasi. Namun demikian tingkat kemahalan TV lebih rendah daripada radio. Hal ini terjadi karena TV telah banyak dimiliki oleh hampir semua petani, sedangkan radio tidak. Dengan demikian petani menganggap harus mengeluarkan biaya lagi jika menjadikan radio sebagai penyedia informasi pengelolaan usahatani padi pada saat ini.

Tingkat kemudahan dalam mengakses saluran komunikasi yang dipersepsikan 'baik' oleh responden adalah petani lain dan penyuluh. Kemudahan mengakses petani lain ini memiliki nilai tertinggi pada pencarian informasi tentang pengadaan bibit unggul serta teknik pemilihannya, yang ditunjukkan dengan jawaban 'sangat mudah' oleh 48,53 persen responden. Adapun kemudahan mengakses penyuluh terutama dalam mencari informasi tentang penanggulangan HPT. Menurut petani, pedagang saprotan tergolong mudah diakses dalam mencari informasi tentang pemupukan, penanggulangan HPT. Adapun pedagang tergolong sulit diakses untuk mencari informasi teknik usahatani padi.

Saluran komunikasi bermedia yang dipersepsikan paling mudah diakses adalah TV. Namun demikian petani tidak terlalu merasa mudah mengakses berbagai informasi pertanian melalui TV, karena siaran untuk acara ini dirasa kurang. Selanjutnya, saluran komunikasi lain yang dianggap mudah diakses adalah poster/*leaflet*, surat kabar/majalah pertanian dan radio. Kemudahan mengakses poster/*leaflet* menurut petani adalah dalam mencari informasi tentang pembibitan, pemupukan dan penanggulangan HPT. Kenyataan ini berbeda dengan kemudahan mengakses surat kabar/majalah pertanian, dimana jawaban 'sulit' dan 'sangat sulit' mengakses dari responden tergolong tinggi, yaitu mencapai 65 persen, baik untuk informasi tentang teknik usahatani, permodalan maupun pemasaran. Hal ini karena surat kabar/majalah pertanian tidak terlalu banyak jumlahnya. Kemudahan mengakses radio tergolong rendah, yang ditunjukkan dari kebanyakan responden yang menganggap sulit mengakses radio, untuk semua informasi teknik usahatani padi.

Persepsi responden tentang ketepatan penggunaan saluran komunikasi penyuluhan berada pada kategori cukup baik untuk saluran komunikasi interpersonal (rataan skor 2,49), namun tergolong baik untuk saluran komunikasi bermedia (rataan skor 2,51). Ketepatan penggunaan saluran komunikasi ini sangat bergantung pada jenis informasi yang disampaikan oleh saluran komunikasi.

Responden mempersepsikan bahwa saluran komunikasi yang paling tepat penggunaannya adalah petani lain terutama untuk informasi penanggulangan HPT padi, pembibitan dan pemupukan. Hal ini menunjukkan bahwa petani selain sebagai pihak yang menjalankan proses produksi, juga menjalankan perannya sebagai penyebar informasi dengan baik. Penyuluh termasuk saluran komunikasi berikutnya yang memiliki tingkat persepsi ketepatan penggunaan yang baik sebagai penyampai informasi tentang teknik usahatani dan permodalan, sedangkan kurang tepat untuk informasi tentang pemasaran. Pedagang saprotan dinilai tepat dalam memberikan informasi tentang penanggulangan HPT dan pemupukan, sedangkan informasi lain dinilai tidak tepat disampaikan melalui pedagang saprotan. Adapun 42,65 persen responden menyatakan bahwa pengumpul merupakan saluran komunikasi yang sangat tepat digunakan sebagai penyampai informasi tentang pemasaran, termasuk harga gabah yang sedang berlaku saat ini.

Saluran komunikasi bermedia yang dinilai paling tepat penggunaannya dalam menyampaikan informasi pengelolaan usahatani padi adalah TV. Ketepatan penggunaan TV sebagai saluran komunikasi yang menyampaikan inovasi berkaitan dengan kepemilikan TV oleh masyarakat serta kejelasan informasi yang disampaikan. Selanjutnya poster/*leaflet* menempati tempat kedua sebagai saluran komunikasi yang dianggap tepat oleh petani. Radio dan surat kabar/majalah

memiliki kesamaan dengan TV dalam hal ketepatan jenis informasi yang disampaikan. Ketiganya dianggap tepat dalam memberikan semua informasi pengelolaan usahatani padi, mulai dari teknik pembibitan sampai pemasaran, walaupun ketepatan radio tergolong rendah. Lain halnya dengan poster/*leaflet* yang cenderung tepat jika digunakan sebagai media penyampai informasi teknik usahatani saja.

Pemanfaatan saluran komunikasi dalam kegiatan penyuluhan dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat petani. Sebagai contoh, sikap petani yang enggan untuk datang ke posko penyuluh seperti klinik prima tani, dapat diatasi dengan membawa berbagai media penyuluhan pada saat menemui petani. Upaya penyuluhan yang perlu dilakukan peningkatan minat masyarakat petani terhadap berbagai media komunikasi. Di samping itu penyuluh di tingkat atas mungkin dapat mengembangkan berbagai materi penyuluhan tentang PTT padi yang dapat ditayangkan di TV atau radio daerah dengan acara yang lebih menarik, pencetakan surat kabar lokal, penyebaran media-media tercetak serta pelibatan petani dalam menghimpun informasi pertanian.

HUBUNGAN KARAKTERISTIK KEINOVATIFAN PETANI PADI DENGAN PERSEPSI PETANI TENTANG SALURAN KOMUNIKASI PENYULUHAN

Tabel 3 menunjukkan beberapa unsur karakteristik keinovatifan yang berkorelasi dengan persepsi petani tentang saluran komunikasi baik interpersonal maupun bermedia.

Tabel 3 Hubungan karakteristik keinovatifan petani padi dengan persepsinya tentang saluran komunikasi penyuluhan

Karakteristik Keinovatifan	Persepsi tentang Saluran Komunikasi (r_s)	
	Interpersonal	Bermedia
Status sosial	0,202*	0,170*
Luas lahan	0,170*	-0,005
Kepemilikan modal	0,095	0,083
Tingkat empati	0,337**	0,154
Tingkat keberanian beresiko	0,170*	0,036
Tingkat futuristik	0,231**	0,434**
Tingkat partisipasi sosial	0,310**	0,161
Tingkat aktivitas komunikasi	0,129	0,258**
Keterlibatan dalam penyuluhan	0,268**	0,339**

Keterangan: * Korelasi nyata ($p<0,05$) r_s = koefisien korelasi *rank* Spearman
**Korelasi sangat nyata ($p<0,01$)

Berdasarkan Tabel 3, indikator status sosial berkorelasi nyata ($p<0,05$) dengan saluran komunikasi interpersonal dan bermedia. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi status sosial responden, semakin baik pula persepsinya tentang saluran komunikasi yang membawa berbagai informasi pengelolaan usahatani padi. Petani yang berstatus sosial tinggi merupakan orang yang aktif dan memiliki jabatan dalam organisasi yang diikutinya, cenderung lebih berpendidikan, memiliki pemikiran yang lebih terbuka terhadap lingkungan karena membutuhkan

banyak hubungan dengan pihak lain terkait kehidupan sosial ekonominya. Sifat tersebut menjadikan petani menghargai segala hal yang ada di hadapannya termasuk pada saluran komunikasi yang ada di lingkungannya.

Dalam hubungannya dengan saluran komunikasi interpersonal, luas lahan memiliki korelasi yang nyata ($p<0,05$) namun memiliki korelasi negatif dengan saluran komunikasi bermedia. Hal ini mengindikasikan bahwa petani yang memiliki lahan yang luas cenderung mempersepsikan saluran komunikasi interpersonal dengan baik. Petani yang memiliki luas lahan banyak melakukan komunikasi dengan penyuluh, petani lain bahkan dengan pedagang saprotan serta pengumpul, karena menganggap pihak-pihak tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi dalam mengelola lahan yang luas dan dinilai cepat memberikan umpan balik. Sebaliknya, informasi tentang usahatani dari saluran komunikasi bermedia dinilai tidak nyata ($p>0,05$) negatif, yang artinya semakin luas lahan garapan petani, cenderung semakin kurang baik persepsinya tentang saluran komunikasi bermedia. Petani menganggap bahwa media komunikasi kurang memberikan respons yang cepat atas informasi yang diinginkannya, sehingga menjadi enggan mengakses dan mengakibatkan pandangannya terhadap saluran komunikasi kurang baik.

Tingkat empati merupakan indikator karakteristik keinovatifan yang terlihat berkorelasi sangat nyata ($p<0,01$) dengan persepsi responden tentang saluran komunikasi interpersonal. Hal ini dapat dipahami karena sikap empati muncul dalam diri seseorang untuk berusaha menempatkan dirinya pada peran orang lain. Petani yang berempati tinggi cenderung banyak berhubungan dengan pihak-pihak penyedia informasi yang bersifat interpersonal. Dengan demikian petani yang berempati tinggi umumnya memiliki sikap positif yang baik terhadap orang lain dan lingkungannya, termasuk terhadap saluran komunikasi interpersonal. Beberapa responden menyatakan bahwa walaupun tidak mudah untuk mendapatkan saluran komunikasi, mereka sangat meyakini bahwa saluran komunikasi tersedia, murah untuk mengaksesnya dan tepat penggunaannya.

Tingkat keberanian beresiko juga memiliki korelasi yang nyata ($p<0,05$) dengan saluran komunikasi interpersonal. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keberanian petani untuk mengambil resiko, semakin baik pula persepsinya tentang saluran komunikasi interpersonal. Kondisi ini sangat wajar, karena umumnya petani mau mengambil resiko setelah bertanya pada orang lain secara langsung atau melihat keberhasilan petani lain, sehingga memiliki pandangan yang positif terhadap pembawa informasi langsung. Adapun jika dilihat hubungannya dengan persepsi tentang saluran komunikasi bermedia, tingkat keberanian petani dalam beresiko tidak memiliki kaitan yang nyata ($p>0,05$), artinya faktor ini tidak secara nyata menentukan baik atau buruknya persepsi petani terhadap saluran komunikasi bermedia.

Tabel 3 juga memperlihatkan bahwa tingkat futuristik memiliki korelasi yang sangat nyata ($p<0,01$) dengan persepsi tentang saluran komunikasi, baik interpersonal maupun bermedia. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat futuristik petani, semakin baik pula persepsinya tentang saluran komunikasi. Petani yang memiliki sifat futuristik biasanya memiliki pemikiran yang sudah mengarah ke masa yang akan datang, dan selalu optimis mampu menghadapi segala kemungkinan. Untuk itu mereka cenderung lebih banyak menggali ilmu pengetahuan baru yang dianggapnya dapat meraih keberhasilan di masa depan. Petani yang lebih futuristik

menganggap saluran komunikasi sebagai media yang membantu keberlangsungan hidupnya. Dengan demikian petani futuristik cenderung selalu membutuhkan saluran komunikasi, baik interpersonal maupun media yang ada, dan menghargai saluran komunikasi sebagai sarana dalam mencapai keberhasilan.

Hubungan lain yang terlihat sangat nyata ($p<0,01$) adalah antara tingkat partisipasi sosial dengan persepsi petani tentang saluran komunikasi walaupun taraf sangat nyata ini hanya terlihat pada saluran komunikasi interpersonal. Partisipasi petani dalam kegiatan sosial di lingkungannya menyebabkan petani terhubung dengan banyak orang, termasuk orang-orang yang membawa berbagai informasi tentang pengelolaan usahatani padi. Keterlibatan responden dalam berbagai kegiatan seperti pengajian, gotong-royong, pertemuan warga, atau saling bantu dalam kehidupan mereka, menumbuhkan keeratan antar warga dan diakui responden sebagai ajang untuk saling menghormati. Petani juga semakin terbuka pemikirannya terhadap pentingnya berhubungan baik, dan semakin penting untuk berpikir positif terhadap pihak-pihak yang terhubung dengannya. Dengan demikian semakin tinggi tingkat partisipasi petani, semakin baik pula persepsinya tentang pihak-pihak yang menjadi saluran komunikasi baginya.

Selanjutnya hubungan yang sangat nyata ($p<0,01$) terlihat pula antara tingkat aktivitas komunikasi petani dengan persepsinya tentang saluran komunikasi bermedia. Hal ini mengindikasikan bahwa petani memiliki penerimaan yang cukup baik terhadap media komunikasi yang membawakan informasi pengelolaan usahatani padi. Sebagian besar responden mengemukakan bahwa informasi terbaru kemungkinan akan segera disebarkan melalui berbagai media, karena akan lebih cepat menjangkau banyak orang. Petani yang aktif mencari informasi, tidak terlalu mempermasalahkan biaya yang dikeluarkan untuk mengakses saluran komunikasi, karena merasa setiap media komunikasi menyampaikan informasi usahatani yang sesuai dengan kebutuhannya.

Indikator terakhir yang berkorelasi sangat nyata ($p<0,01$) dengan persepsi petani tentang saluran komunikasi adalah keterlibatannya dalam kegiatan penyuluhan. Dengan demikian semakin tinggi keterlibatan petani dalam kegiatan penyuluhan semakin baik pula persepsinya tentang saluran komunikasi, terutama saluran yang sering terlibat dan digunakan dalam kegiatan penyuluhan pertanian. Hal ini ditunjukkan oleh pendapat responden, bahwa dalam kegiatan penyuluhan atau pelatihan sering diberikan informasi baru oleh penyuluh, atau membawa pihak lain seperti para formulator atau petani lain dalam menyampaikan teknik-teknik bertani yang lebih baik. Di samping itu penyuluh memberikan fasilitas informasi berupa poster, *leaflet* atau koran pertanian. Bahkan dalam kegiatan pelatihan sering diberikan materi melalui film pertanian yang ditayangkan di televisi. Menurut petani, kegiatan penyuluhan dan pelatihan banyak membawa manfaat bagi wawasan dan pengetahuan petani, dan membuka pikiran mereka tentang banyaknya saluran komunikasi yang menyediakan informasi usahatani yang dibutuhkannya.

Hubungan yang tidak nyata ($p>0,05$) dengan persepsi petani tentang saluran komunikasi adalah kepemilikan modal. Hal ini mengindikasikan modal yang dimiliki petani bukan menjadi faktor penentu dalam membentuk persepsi petani tentang saluran komunikasi. Berapapun modal yang dimiliki, tidak menumbuhkan persepi petani terhadap eksisnya saluran komunikasi. Dengan demikian, dapat

dikatakan bahwa tidak ada perbedaan dalam modal yang digunakan petani atas persepsinya mengenai saluran komunikasi dalam kegiatan penyuluhan.

KESIMPULAN

Pandangan yang baik dari petani terhadap saluran komunikasi penyuluhan perlu dibentuk dan terus dipupuk. Tujuannya adalah agar petani mampu dan berminat mengakses berbagai saluran dalam mencari atau mempelajari inovasi-inovasi pertanian yang sedang merebak di lingkungannya. Upaya yang terlihat berhasil dalam kegiatan penyuluhan di Kabupaten Serang adalah pelibatan petani teladan atau tokoh petani dalam penyampaian informasi. Namun demikian, terobosan baru lebih diperlukan dalam kegiatan penyuluhan, seperti melibatkan pihak pedagang saprotan dalam perekomendasian pemupukan dan pengobatan HPT atau pelibatan para pengumpul untuk memperoleh informasi harga dan varietas yang diminati konsumen.

Terkait dengan penumbuhan minat petani terhadap saluran komunikasi bermedia, penyuluh sebaiknya lebih giat dalam menjalankan salah satu tupoksinya, yaitu menyiapkan materi penyuluhan baik secara langsung maupun melalui berbagai bentuk media komunikasi. Penyuluh dapat merancang sendiri poster atau *leaflet* dengan bahasa lokal untuk disebarkan pada petani pada saat melakukan penyuluhan. Penyuluh juga dapat memanfaatkan tabloid lokal untuk menerbitkan tulisan-tulisan yang bermanfaat, atau mempublikasikan keberhasilan para tokoh petani di tingkat lokal. Satu hal yang mungkin dapat dihidupkan kembali, adalah dibuatnya kelompok pendengar siaran radio atau pemirsa acara TV, sehingga minat petani untuk mengakses media tersebut lebih meningkat. Inovasi yang mudah, murah dan sesuai dengan kebutuhan petani adalah pesan yang perlu disampaikan. Metode dan media penyuluhan yang baik dengan banyak pilihan dan penggunaan yang tepat adalah cara yang dapat dilakukan untuk menyampaikan inovasi tersebut, sehingga menjadikan petani mengadopsi inovasi yang digulirkan.

DAFTAR PUSTAKA

Berlo DK. 1960. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice.* New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.

Departemen Pertanian. 2008. *P*enyelenggaraan Fungsi Informasi dan Komunikasi serta Diseminasi Hasil Pengkajian BPTP. http://bbp2tp.litbang.deptan.go.id/FileUpload/ files/publikasi/pros_05_7 .pdf. [29 Oktober 2008].

Henuk YL, Levis LR. 2005. *Komunikasi Pertanian*. Kupang: Lembaga Penelitian Universitas Nusa Cendana.

Khomsurizal. 2008. Banten Surplus Beras. http://khomsurizal.blogspot.com/ 2008/08/ banten [4 Agustus 2008].

Pertiwi PR, Noviyanti R, Farida I. 2007. *Karakteristik Kategori Adopter dan Tingkat Keinovatifan Masyarakat Nelayan*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Rogers EM, Schoemaker FF. 1995. *Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach*. Revised Edition. New York: The Free Press.

Subagiyo. 2005. Kajian Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Inovasi Usaha Perikanan Laut Desa Pantai Selatan Kabupaten Bantul, DIY. http://pse.litbang.deptan.go.id/ publikasi.php. [9 September 2007].