

**PENYULUHAN PEMBANGUNAN MELALUI KOMUNIKASI  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN  
MASYARAKAT DESA**



**KARYA ILMIAH**

Oleh :

**Ir. Sumihar Hutapea, MS.  
NIP : 131 257 284**



**UNIVERSITAS MEDAN AREA  
FAKULTAS PERTANIAN  
MEDAN  
2001**

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, dengan kasihNya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah dengan judul Penyuluhan Pembangunan Melalui Komunikasi dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa.

Karya Ilmiah ini disusun berdasarkan studi kepustakaan, dimana penulis mencoba menguraikan bagaimana peranan seorang penyuluh pembangunan dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat desa sehingga kesejahteraan masyarakat desa ditingkatkan. Dalam tulisan ini juga dipaparkan bagaimana sebaiknya komunikasi yang efektif yang harus diketahui oleh seorang penyuluh pembangunan agar mudah diterima oleh masyarakat desa.

Dengan selesainya Karya Ilmiah ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ir. Abdul Rahman, MS, sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah memberi persetujuan kepada penulis untuk dapat membagi waktu menyusun suatu Karya Ilmiah sebagai pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi. Ucapan yang sama penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian tulisan ini, terutama dalam penyediaan pustaka.

Akhirnya penulis menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih sederhana dan banyak kelemahan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukannya.

Medan, Februari 2001

Penulis



## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Peranan dan Yang Menjadi Perhatian Penyuluh Pembangunan .....	8
2.	Persoalan Yang Dihadapi Penyuluh Pembangunan .....	10
3.	Rintangan dan Komunikasi .....	16
4.	Komunikasi : Lengkap dan Tidak Lengkap .....	18
5.	Tanda-tanda Non Verbal Komunikasi .....	19
6.	Proses Adopsi .....	23
7.	Peranan Anggota Kelompok .....	30
8.	Sistematika Aspek Jenis Perilaku dalam Klasifikasi Tujuan Pendidikan .....	36
9.	Adopsi, Ranah Perilaku dan Saluran Komunikasi .....	37
10.	Media Komunikasi dan Kunjungan Personal .....	38
11.	Sebelas Perintah Kepada Penyuluh Pembangunan .....	44

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

I.	PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA .....	1
1.	Partisipasi Masyarakat .....	1
2.	Penyuluhan PMD .....	2
3.	Penyuluhan Pembangunan Peranan dan Persoalannya .....	5
II.	PESAN DAN INOVASI .....	12
1.	Prinsip dan Rintangan Komunikasi .....	13
III.	METODE DAN STRATEGI KOMUNIKASI .....	24
1.	Kunjungan Individu, Saluran Tradisional dan Pertemuan Desa .....	24
2.	Darmawisata, Demonstrasi dan Kelompok Kerja .....	26
3.	Desain Strategi Komunikasi .....	31
4.	Langkah-langkah dalam Strategi Komunikasi .....	34
5.	Perubahan Perilaku .....	35
6.	Strategi Media Komunikasi .....	36
7.	Desain Pesan dan Strategi Media Mix .....	39
IV.	KESIMPULAN .....	41

DAFTAR PUSTAKA

# BAB I

## PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA

### 1. Partisipasi Masyarakat

Adalah ideal kalau rakyat sendiri dapat mengidentifikasi kebutuhan memecahkan persoalan mereka. Namun dalam situasi pembangunan dimana masyarakatnya mesti kontak dengan ide dan teknik diluar jangkauan dan diluar pengetahuan mereka, jelaslah memerlukan bantuan dari luar.

Sering sekali ada anggapan bahwa masyarakat desa tidak berapa pandai dan mesti diberitahu tentang hal-hal yang mesti dibuat oleh mereka setiap saat. Kenyataannya hal tersebut adalah tidak benar, keadaan masyarakat desa sering kali bertolak belakang dari anggapan tersebut, sebab ternyata secara umum masyarakat desa telah bertahan selama berabad-abad, hidup secara harmoni dengan lingkungannya dan berhasil menyelesaikan permasalahan mereka yang sebenarnya.

Ini tidaklah berarti bahwa tidak ada kesulitan dalam PMD, kesulitan-kesulitan tersebut cukup banyak ditunjukkan oleh *sejarah* antara lain adalah akibat adanya persoalan tekanan tuan tanah feodal, adanya kemarau panjang atau kekeringan atau adanya serangan hama penyakit dan lain-lain, yang ada kalanya muncul secara berkala yang mesti dihadapi masyarakat desa.

Ada kesulitan lain akibat perkembangan yang terjadi yaitu pada bagian awal abad ini tekanan akibat penambahan penduduk dan peningkatan keperluan akan barang-barang material mulai merusak keseimbangan yang terdapat di desa yang

telah ada secara alami dan telah lama bertahan, baik secara sosial maupun sehubungan dengan kelestarian sumberdaya alam.

Selama puluhan tahun terakhir ini, pemerintahan dan badan-badan internasional telah memperhatikan ketidakseimbangan ini dan melaksanakan bermacam ragam program pembangunan. Sebahagian program pembangunan tersebut berhasil baik, namun sebahagian tidak berhasil dan tentu saja perlu kiranya diketahui ada sebabnya (kenapa) tidak berhasil dan bagaimana cara menanggulangnya sehingga tindak kegagalan tidak terulang kembali.

## **2. Penyuluhan PMD**

Perkataan Penyuluhan (*extension*) banyak dipergunakan menggambarkan tugas lapang pekerjaan pembangunan desa. Menurut MacDonald dan Hearle (1984), adalah Skotlandia negara pertama yang memulai pelayanan “penyuluhan” semenjak universitasnya menetapkan untuk memperluas (“*extend*”) upaya pendidikan mereka diluar lingkungan universitas, namun sebenarnya adalah Universitas Cambridge adalah yang memperkenalkan terminologi “**Pendidikan Penyuluhan.**” Konsep penyuluhan (***extension***) ini, kemudian diambil alih oleh Amerika Serikat, khususnya di lapangan pertanian. Orang – orang dari Universitas dipekerjakan didaerah pedesaan dibawah bimbingan dan naungan universitas terdekat ke daerah tersebut. Pekerjaan mereka adalah memperkenalkan ide-ide baru dan meningkatkan keterampilan para petani. Semenjak itu “**Penyuluhan**” telah menyebar ke hampir seluruh negara di dunia.

Penyuluhan PMD sebagai kegiatan yang dilaksanakan Penyuluhan Pembangunan tidaklah terlepas dari hakekat Ilmu Penyuluh Pembangunan itu sendiri

yaitu sebagaimana didefinisikan oleh Margono Slamet (Hubeis dkk, 1992). Ilmu Penyuluhan Pembangunan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana pola perilaku manusia pembangunan terbentuk, bagaimana perilaku manusia dapat berubah atau diubah sehingga mau meninggalkan kebiasaan lama dan menggantinya dengan perilaku baru yang berakibat kualitas kehidupan orang yang bersangkutan menjadi lebih baik.

Pendekatan yang dilaksanakan melalui Penyuluhan Pembangunan tersebut adalah pendekatan interdisiplin, prinsip dasar dari masing-masing merupakan landasan prinsip dari pendidikan yang baik, prinsip psikologi dalam rangka menolong masyarakat desa untuk menolong dirinya sendiri.

Dapat dan patut pula kiranya disadari bahwa dengan mengatakan kepada masyarakat tentang adanya penemuan baru tidaklah mencukupi. Untuk menerima ide-ide baru, bukan hanya pengetahuan mereka yang mesti dirobah, tetapi juga sikap mental, khususnya jika mereka berada dalam satu masyarakat yang tradisional, konservatif. Banyak diantara mereka yang curiga terhadap “orang luar”, petugas pemerintah dan orang asing (hal ini adalah satu hal yang rasional) yang memang berasal dari pengalaman mereka sendiri dengan “orang luar” yang tidak selalu membawa keuntungan bagi mereka. Dengan demikian berarti dibutuhkan pembinaan kepercayaan persahabatan.

Sering terbukti pula bahwa bekerja melalui pembinaan kerjasama dengan orang – orang tua dan pimpinan desa adalah sangat penting. Apabila hal ini tidak terlaksana, mungkin saja terjadi persoalan sosial yang disebabkan oleh anggapan

akan adanya ancaman kepada pimpinan desa dan struktur sosialnya, sehingga masyarakatnya akan menolak bantuan yang ditawarkan.

Pembangunan Masyarakat Desa dapat dilihat dari berbagai cara pandang, antara lain Sanders (1958) mengemukakan empat (4) cara pandang, yaitu Pembangunan Masyarakat Desa sebagai proses, metode, program dan sebagai gerakan

1. Sebagai **proses** adalah dengan penekanan kepada apa yang terjadi terhadap masyarakat secara sosial dan psikologis.
2. Sebagai **metode** adalah mencakup proses dan tujuan dengan penekanan kepada beberapa tujuan akhir
3. Sebagai **program** adalah mencakup metode dan isi dengan penekanan kepada aktivitas
4. Sebagai **gerakan** adalah mencakup program dan dinamika emosional dengan penekanan mengenai ide dari Pembangunan Masyarakat Desa (PMD).

Pentingnya Pembangunan Masyarakat Desa bukan saja dari banyaknya segi dan banyaknya sudut pandang yang dapat menjadi lapangan studi dan filosofi khusus tetapi yang paling penting adalah bahwa kalaulah diakui bahwa pembangunan itu adalah pembangunan manusia (pembangunan manusia seutuhnya seperti tujuan pembangunan di Indonesia), maka tentunya pembangunan dimana mayoritas manusia itu berada adalah yang terpenting dan manusia yang terbanyak adalah di desa.

### 3. Penyuluhan Pembangunan Peranan dan Persoalannya

Penyuluhan Pembangunan (PP) dilaksanakan melalui aktivitas PP yang jumlahnya jutaan orang dengan nama atau panggilan yang bermacam – macam seperti : Penyuluh Lapangan, Juru Penerang, Penyuluh Pertanian, Penyuluh KB dan lain-lain

Dan ada pula yang menyebut PP sebagai agen perubahan (**agent of change**) atau agen pembangunan (**agent of development**).

Pada umumnya kebanyakan PP tersebut telah pernah memperoleh latihan secara teknis mengenai objek pembangunan yang menjadi tujuan pembangunan yang direncanakan.

Pengetahuan teknis yang mereka peroleh melalui latihan secara teknis tersebut, mungkin saja telah dapat membuat para PP sanggup memecahkan persoalan tertentu, akan tetapi juga sering sekali gagal oleh karena mereka tidak dapat mengkomunikasikannya ataupun tidak dapat meyakinkan masyarakat. Ronald Havelock dalam bukunya ‘Training for Change Agents’ (MacDonald & Hearle, 1984) mengemukakan adanya empat hal yang semestinya dikerjakan seseorang sehingga dia dapat dikatakan sebagai PP yaitu harus mempersiapkan dalam hal hal :

**Pertama.** Memotivasi .....> Merupakan perangsang dan tekanan untuk membuat masyarakat desa menyadari akan pentingnya dan apa keuntungan dari pembangunan yang dikemukakan.

**Kedua.** Memberikan advis teknis .....> Pemecahan hal-hal teknis pada waktu mereka butuhkan.

**Ketiga.** Pemecahan masalah .....> Pertolongan untuk mengidentifikasi persoalan dan pemecahan masalah yang dihadapi.

**Keempat.** Pengetahuan mengenai Sumberdaya .....> Dalam ini adalah mengetahui kemungkinan bantuan yang dapat diharapkan dari instansi jawatan mengidentifikasi persoalan dan pemecahan masalah yang dihadapi.

Walaupun Penyuluhan Pembangunan sering dilihat sebagai hal yang berbeda oleh orang yang berbeda namun semuanya sepakat bahwa hal tersebut adalah satu hal yang terkait dengan perubahan. Sebahagian,ada yang melihatnya sebagai perubahan sikap, sebahagian lainnya lebih menekankan kepada operasi pendidikan sedangkan yang lainya melihat sebagai pelayanan atau sistem untuk memasok teknologi yang diharapkan masyarakat desa. Inilah semua yang mesti menjadi pendekatan PP.

Sepintas lalu telah diperkenalkan siapa PP yang merupakan orang yang berperan dilapangan yang peranannya banyak untuk melaksanakan pembangunan masyarakat. Adalah menarik apa yang dikemukakan Mosher (1996) yang mengatakan bahwa bagi masyarakat Afrika yang berbahasa Perancis, menggunakan perkataan *animateur* untuk pekerja penyuluhan yang artinya dialah orangnya yang membuat petani menjadi hidup dan aktip (**lively and active**).

Menurut Hubeis (Hubeis dkk, 1991) figur-figur penyuluh dalam setiap sub-sistem sosial dapat memilih satu dari 4 (empat) kemungkinan dari peran PP yaitu : (1) Katalis, (2) Penemu solusi, (3) Pendamping dan (4) Perantara.

Pekerjaan PP biasanya adalah terbuka untuk dikritik oleh masyarakat, dengan demikian PP mestilah memperhatikan hal – hal yang dilaksanakannya secara khusus supaya dia dapat diterima dan bekerja secara efektif.

Dengan mengambil Penyuluh Pertanian yang pada dasarnya tidak lain adalah guru atau pendidik, Sison (1986) menunjukkan banyaknya peranan mereka yaitu seperti tertera dalam Tabel-1 yang juga mengemukakan antara lain apa yang semestinya menjadi perhatian PP

**Tabel 1. PERANAN DAN YANG MENJADI PERHATIAN PENYULUH  
PEMBANGUNAN**

**Peranan PP : multi peran**

1. Guru
2. Agen perubahan perilaku
3. Pemberi dan pelaksana komunikasi dua arah antara peneliti disatu pihak dan petani
4. Merupakan kaitan antara penemuan hasil riset pertanian dan praktek
5. Penghubung antar usaha tani dengan input yang efektif dan kredit
6. Penemu dan yang mengembangkan pimpinan yang potensial
7. Katalis dari perubahan kepada pembangunan

**Yang menjadi perhatian PP**

1. Mengetahui dan bersahabat dengan masyarakat dan para pemimpinnya.
2. Mengetahui daerah kerja, persoalan – persoalannya dan kebutuhan dari masyarakat.
3. Mempelajari akan kebutuhan pengetahuan teknologi yang dibutuhkan masyarakat desa sehingga informasi yang disampaikan menjadi tepat.
4. Menyadari dan mengerti akan biaya dan keuntungan dari setiap inovasi.
5. Mendorong masyarakat untuk memanfaatkan inovasi yang nampaknya akan berhasil dengan biaya rendah dan keuntungan yang lumayan. Gagasan jangka panjang yang mahal yang penuh resiko janganlah dianjurkan.
6. Menerima bahwa masyarakat desa mengetahui persoalan didaerahnya dan membiarkan mereka menyampaikan ide yang bijaksana mengenai perbaikan.
7. Mengetahui tentang pemerintahan, organisasi dan rencana pembangunan lokal dan perolehan bantuan.

Sebagai tambahan PP haruslah mempunyai kaitan dengan masyarakat lokal, tertarik dengan perkara atau persoalan lokal, mestilah mau berbagi pengetahuan dan ide dan terpenting adalah mau bekerjasama dengan anggota masyarakat.

PP juga diperlukan sebagai komunikator yang baik, pembicara yang baik, seorang guru yang baik dan mempunyai kemampuan mendorong pimpinan lokal untuk mengambil peran aktif dalam pembangunan.

### **Persoalan yang dihadapi PP**

Umumnya PP menemui banyak tantangan dan persoalan dalam melaksanakan tugasnya. Dia akan menjadi lebih baik dalam memecahkan persoalan dan hambatan jika dia menyadari dan mengetahui apa persoalan dan apa hambatan yang sebenarnya.

Tugasnya memang sulit apabila ditinjau dari dua pihak yaitu satu pihak PP mendapat perintah dari atasannya dan di pihak lain PP mesti memperhitungkan kebutuhan atas tuntutan masyarakat. Memang, tanggung jawab kepada (**responsible for**) untuk masyarakat dan tanggung jawab terhadap (**responsible to**) profesinya tidaklah selalu merupakan kesatuan yang mulus.

Persoalan PP sehubungan dengan masyarakat lokal dan persoalan sehubungan dengan organisasi dimana PP bekerja dapat dikemukakan seperti tertera dalam Tabel 2.

Tabel 2. PERSOALAN YANG DIHADAPI PENYULUH PEMBANGUNAN

Persoalan PP sehubungan dengan masyarakat lokal

1. Persaingan antara keluarga di desa. Untuk itu PP mestilah bersahabat secara seimbang dengan seluruh lapisan keluarga dan memperlihatkan tidak adanya “bias.”
2. Kesulitan bekerjasama dengan petani miskin Biasanya petani yang miskin (apalagi sangat miskin) kurang mendapat simpati dan petani miskin umumnya juga mengalami kesulitan berhubungan dengan PP. Dalam hal ini perlu dicatat bahwa karena lebih mudah dan lebih menyenangkan bergaul dengan yang “kaya” ada tendensi “bias” dari PP untuk mempunyai empati yang lebih besar kepada orang “kaya” tertentu dibanding orang “miskin”. Orang “kaya” adalah petani yang maju, pimpinan desa sedangkan yang “miskin” adalah petani yang tidak memiliki tanah, petani gurem dan lain-lain Kunjungan yang reguler akan menciptakan pengertian dan persahabatan yang lebih baik
3. Sikap atau pendirian tradisional terhadap pembangunan Sikap tradisional terhadap pembangunan dari sebahagian masyarakat desa adalah kecenderungan berpikir dalam cara tertentu tentang sesuatu. Sikap terbentuk dalam waktu lama melalui (dan diperkuat oleh) pengalaman, jadi adalah sukar bagi seseorang untuk mengubah idenya jika keadaan dan lingkungannya adalah tetap.

Persoalan PP sehubungan dengan masyarakat organisasi pengembangan

1. Tugas PP yang bermacam-macam. Tugas PP dapat saja meliputi sebagai petugas sensus, penyelesaian laporan dan lain-lain Kegiatan administrasi ini dan tugas-tugas routine lainnya adakalanya mesti dikerjakan sebagai bagian penting dari pekerjaan PP dengan demikian PP mestilah mencoba menggunakan waktu yang seminimal mungkin untuk hal – hal seperti itu.

2. Gaji relatif rendah. PP menerima gaji yang relatif rendah dan tidak banyak yang dapat dibayarkannya dengan gajinya yang rendah itu. Akan tetapi kalau PP tinggal di desa dapat saja dia mengelola pekarangannya untuk menambah penghasilan. Apabila hal ini dapat terlaksana bukan mustahil bahwa penghasilan PP lebih baik dari petugas pemerintah lainnya.
3. PP adalah orang penting Ada pendapat bahwa pegawai pemerintah termasuk PP adalah orang yang penting yang menimbulkan persoalan dapat memiskinkan keluarga petani sebab kalau menjamu PP mereka akan melayani si PP dengan makanan yang lebih mewah dari biasanya. Hal ini juga dapat menjadi pendorong kepada penyuapan dan penipuan, korupsi yang kesemuanya dapat menghancurkan upaya PP.

## **BAB II PESAN DAN INOVASI**

Dalam uraian berikut ini dikemukakan dua hal penting dalam strategi komunikasi yaitu Pesan dan Inovasi.

### **Petama : Pesan**

Pesan (message) atau amanat yang merupakan bagian dari informasi, komunikasi dari satu ide, instruksi atau permintaan

Pesan adalah sesuatu yang dikirimkan dari sumber ke penerima yang merupakan produk fisik secara aktual dari “**enkoder**” sumber yang dapat ditangkap alat “**dekoder**” si penerima : “Kita bicara, pembicaraan itulah pesan itu.” (Berlo, 1960). Pesan adalah salah satu unsur dari komunikasi, unsur komunikasi secara lengkap menurut Shannon dan Weaver (Berlo, 1960) adalah terdiri dari 5 komponen yaitu : Sumber, Transmitter, Signal, Penerima dan Destinasi yang akan dikemukakan (nanti !) dalam Strategi Komunikasi, perlu dipahami PP.

### **Kedua : Inovasi**

Inovasi adalah ide baru atau teknik baru Satu ide, cara atau objek yang dianggap baru oleh seseorang (Rogers, 1971 : 19). Sebagai objek dapat diadopsi atau diarahdagingkan dalam bentuk perbuatannya nyata tetapi bila inovasi merupakan gagasan abstrak adopsinya adalah berbentuk simbol.

## 1. Prinsip dan Rintangan Komunikasi

Apa yang dikerjakan oleh PP dalam Pembangunan Masyarakat Desa (PMD) adalah mempergunakan waktunya untuk memberikan dan adakalanya untuk mengirim informasi kepada masyarakat desa. Adakalanya hal ini hanya menjadi komunikasi satu arah, artinya pesan-pesan (**messages**) dapat menjadi komando bukan lagi dalam pengertian komunikasi yang benar.

Komunikasi yang telah disinggung sepintas lalu, dapat juga didefinisikan sebagai “satu cara saling tukar menukar pesan ataupun merupakan kegiatan memberi informasi dan respon menerima”. Agar pesan menjadi bagian dari komunikasi mestilah ada si pengirim dan juga si penerima pesan tersebut yang mendengar pesan tersebut dan memberikan respon. Apabila yang dinamakan pesan itu hanyalah merupakan gangguan (*noise*) yang tidak diperdulikan si penerima, berarti pesan tidak diterima. PP perlu mengetahui prinsip komunikasi yang mendasari kerjanya yaitu bahwasannya :

- (1) Masyarakat desa perlu diberi informasi mengenai ide-ide baru.
- (2) Komunikasi hendaklah dimulai dengan cara penyampaian kebutuhan dan harapan dari rakyat desa.
- (3) Pesan-pesan hendaklah sesuai dengan kebutuhan rakyat desa dan bukan informasi yang dibutuhkan pemerintah (yang ada organisasinya maupun petugasnya untuk itu).
- (4) Perlu dipergunakan banyak saluran komunikasi untuk menyampaikan ide – ide dan informasi.

- (5) Masyarakat desa terdiri dari beragam kelompok yang berbeda pembinaan memerlukan informasi dan motivasi yang berbeda-beda yaitu :

Banyak hal yang merupakan rintangan yang membuat seseorang tidak mengadopsi sesuatu ide baru diantaranya adalah :

- (1) **Kurangnya kesadaran.** Seseorang dapat saja tidak mendengar karena kebutuhan dasarnya belum terpenuhi, misalnya kelaparan. Dia mungkin saja sedang merisaukan sesuatu tentang keluarga, kesehatan, keuangan, dll.
- (2) **Tidak ada perhatian.** Ide yang dikemukakan mungkin tidak sesuai/kompatibel dengan perhatian atau sikap lainnya, misalnya menolak inovasi memelihara ternak potong sebab dia tidak suka pekerjaan beternak. Beberapa inovasi bisa saja secara sosial tidak dapat diterima di beberapa negara, atau antar kasta atau kelas masyarakat.
- (3) **Tidak dapat mengadopsi.** Dalam hal ini mungkin dia tidak mempunyai modal atau tenaga untuk mengadopsi ide tersebut. Keterbatasan lainnya yang membatasinya adalah kurangnya air, tingginya bunga uang, dan lain-lain
- (4) **Pesan yang salah.** Komunikasi berarti bahwa sesuatu dipercaya dan diusahakan. Apabila informasi tidak tepat, ada bahayanya bahwa tidak akan ada kepercayaan terhadap sumber yang sama untuk masa mendatang. Tidak akan diperdulikan lagi.
- (5) **Terlalu banyak informasi.** Penyediaan informasi adalah persoalan ekonomi, lebih sedikit fakta yang dikemukakan, tetapi lengkap, maka informasinya lebih baik lagi. Terlalu banyak informasi dapat mengakibatkan kebingungan. Adalah penting mempertimbangkan berapa banyak informasi yang diperlukan.

(6) **Umpan balik yang tidak memadai.** Umpan balik (**feed back**) adalah respon dari pendengar (atau seseorang) yang diberikannya kepada pembicara. Umpan balik inilah mengakibatkan si Pengirim dapat memodifikasikan pesannya. Dalam satu percakapan diantara dua orang respon adalah verbal dan non-verbal, dimana setiap orang secara konstan memonitor dan memodifikasikan apa yang mereka katakan. Apabila umpan balik tidak diterima sampai pesan telah selesai, maka umpan balik mestilah dipergunakan untuk memodifikasikan produk berikutnya.

Rintangan–rintangan yang dikemukakan diatas dapat diklasifikasikan (McDonald dan Hearle, 1984) sebagai : tidak menerima, persepsi selektip, kegagalan komprehensif, kegagalan dalam komunikasi sendiri dan kecemasan, seperti yang tertera dalam Tabel 3.

**Tabel 3 : RINTANGAN DAN KOMINIKASI**

<p><b>Tidak menerima :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Rendah volume suara</li><li>- Kualitas suara, visual yang rendah</li><li>- Terbatasnya peralatan</li><li>- Sedikit sekali diseminasi informasi antar sesama</li><li>- Buta huruf, tidak mau dengar orang</li></ul>	<p><b>Persepsi selektip</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Perhatian sedikit saja terhadap pesan</li><li>- Bentuk dan gaya tidak biasa</li><li>- Aspek budaya</li><li>- Aspek agama</li></ul>
<p><b>Kegagalan Komprehensip</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Perbedaan bahasa</li><li>- Kata-kata tidak tepat</li><li>- Ide yang sukar</li><li>- Lapar, haus</li><li>- Tidak nyaman</li><li>- Dingin atau panas</li><li>- Capek atau lelah</li><li>- Cemas secara pribadi</li><li>- Perduli akan tugas lain</li></ul>	<p><b>Kegagalan Komunikasi</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Penampilan yang tiak biasa dari komunikator.</li><li>- Sifat superior dari komunikator</li><li>- Komunikasi terlalu banyak</li><li>- Pesan diproduksi jelek.</li><li>- Pesan disampaikan secara jelek dan tidak cocok.</li></ul>

**Kelompok Sasaran dan Persepsinya**

Satu waktu ada keinginan PP menyampaikan pesan kepada seluruh warga desa, pada waktu lainnya hanya ingin kontak dengan kelompok khusus saja.

Tidaklah dapat diasumsikan bahwasannya semua warga desa merasa tertarik terhadap setiap pesan ataupun mereka semuanya sama-sama mengerti akan satu pesan. Hal ini adalah oleh karena dalam setiap masyarakat dapat dibagi atas kelompok – kelompok misalnya tenaga kerja tanpa memiliki tanah, petani (miskin, menengah dan kaya), tuan tanah, guru sekolah, pedagang, pimpinan agama dan lain-lain

Pembagian kelompok masyarakat dapat saja berdasarkan pendidikan (buta huruf, SD, SLTA dan lain-lain) tergantung aktivitas, pemilik ternak, petani sayur, dan lain-lain yang mungkin berbeda kasarnya terhadap pesan tertentu.

Sebelum pesan dikirim kepada sasaran target kelompok perlu diketahui lebih banyak mengenai karakteristik kelompok sasaran termasuk persepsinya.

Apabila melaksanakan komunikasi, PP hendaklah mengetahui berapa banyak yang dapat dimengerti dan diterima oleh kelompok sasaran :

**Pertama.** Apabila ide yang disampaikan terlalu sulit sehingga hanya sedikit pengertian atau pemahaman.

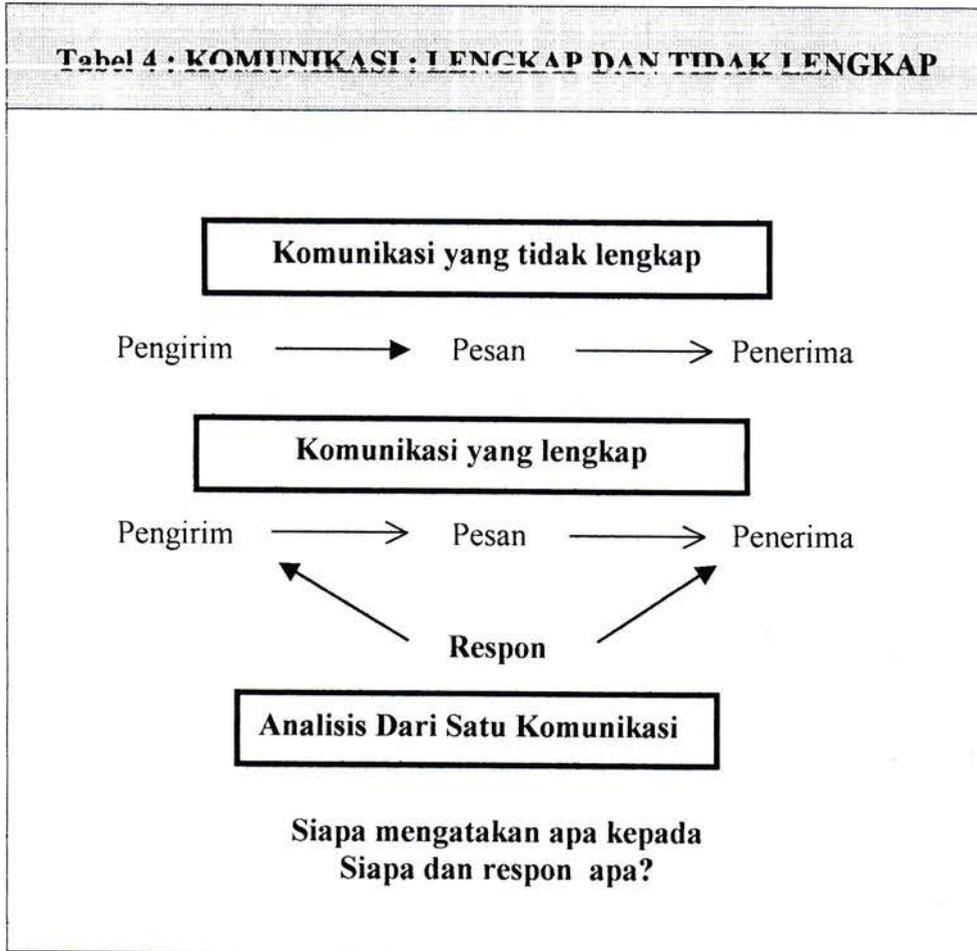
**Kedua.** Apabila kata – kata sangat komplek, para pendengar tidak akan mengerti. Sering sekali pendengar memberikan makna yang berbeda dengan apa yang dimaksudkan oleh seorang pembicara terhadap sesuatu kata. Perbedaan kata menciptakan perbedaan bayangan (image) dalam pikiran orang misalnya saja kata–kata pendidikan, rumah, biasanya, secepatnya dan lain-lain

**Ketiga.** Menjadi lebih rumit lagi, orang–orang hanyalah menerima tentang apa yang dibawah sadarnya yang ingin dia perdulikan.

Pada dasarnya manusia ada mempunyai saringan mental (**mental screen**) yang menentukan, dan dalam hal tertentu bukan saja hanya menolak malah tidak mau melihat atau mendengar informasi yang memang tidak diminatinya. Hal ‘persepsi selektip’ dapat dilandasi oleh faktor – faktor interes, budaya ataupun emosi. Berarti bahwa PP perlu mengetahui interes dari kelompok sasaran dengan demikian dapat membuat komunikasi yang lebih diterima atau disambut kelompok sasaran.

Komunikasi yang baik yang mesti diketahui PP adalah (McDonald dan Hearle, 1984) komunikasi yang lengkap dimana pesan diterima sipenerima (kelompok sasaran) yang akan memberikan respons (Tabel 4).

**Tabel 4 : KOMUNIKASI : LENGKAP DAN TIDAK LENGKAP**



### 3. Komunikasi Non – Verbal dan Proses Adopsi

Salah satu bagian yang penting dari komunikasi dengan orang lain adalah komunikasi secara tidak lisan (non-verbal) ; tidak melibatkan kata – kata yang sangat membantu dalam pembinaan hubungan inter-personal yang baik. Hubungan ini tergantung kepada tidak “kehangatan” yang diekspresikan oleh para pelaksana komunikasi.

Jika seseorang pembicara tidak bersahabat dia tidaklah dapat menciptakan hubungan yang baik, akan tetapi apabila dia hangat dan bersahabat akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dan persahabatan. Hal ini dapat dilaksanakan melalui nada suara yang lemah lembut dan penggunaan kata – kata yang sopan juga melalui gerakan tubuh/badan atau “bahasa badan”.

Ada beberapa tanda tidak lisan (non-verbal) yaitu “ bahasa tubuh” dalam berkomunikasi (McDonald dan Hearle, 1984) seperti dalam Tabel 5

<b>Tabel 5 : TANDA-TANDA NON VERBAL KOMUNIKASI</b>	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Membesarkan hati</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Senyum</li> <li>- Berkedip (bersahabat)</li> <li>- Kontak mata (memperlihatkan perhatian)</li> <li>- Mulut relax</li> <li>- Ekspresi perhatian</li> <li>- Salam hangat</li> <li>- Sedikit suara yang memperbesar hati seperti ‘oh-oh’ atau ‘mm’</li> </ul>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Mengecilkan hati</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkerenyit</li> <li>- Terbelalak tak percaya</li> <li>- Memalingkan muka selalu (tidak tertarik)</li> <li>- Berkecap – kecap</li> <li>- Tidak sabar</li> <li>- Dingin, sambutan lemah</li> <li>- Total diam</li> <li>- Menggoyang-goyangkan badan, khawatir</li> </ul>

Melalui respon “Bahasa Tubuh” seseorang dapat mempengaruhi apa yang ingin dikatakan orang lain malah dapat menyebabkan seseorang tidak meneruskan pembicaraannya. Misalnya apabila seseorang memalingkan muka dari seseorang, berhenti melihatnya dia akan kehilangan kepercayaan.

Tentu saja perlu diingat selalau bahwa tanda–tanda ini berbeda dari budaya satu dengan budaya yang lainnya.

PP perlu juga mencatat bahwa beberapa ‘Bahasa Tubuh’ yang perlu mendapat perhatian adalah :

- (1) Ekspresi dari muka dapat menggambarkan banyak perasaan seperti benci, sedih, khawatir, terhibur, bahagia dan lain-lain
- (2) Setiap orang menginginkan adanya ‘jarak’ tertentu dalam kontak sosial secara umum. Apabila ada orang yang mendekati lebih dari ‘jarak’ tersebut dapat menimbulkan rasa tidak enak dan malu.
- (3) Umumnya adalah sopan melihat orang dimatanya apabila bicara bersamanya, tetapi janganlah pula terlalu lama.
- (4) Apabila seseorang PP berada di kantor dan didatangi tamu, adalah dianggap terlalu formal kalau tetap duduk dikursi kerja semula, sebaiknya berdiri dari kursi dan menemuinya.
- (5). Akan tetapi signal dari bahasa badan bukanlah muncul selalu sebagaimana yang selayaknya, tergantung situasi. Beberapa gerakan tubuh dilaksanakan secara sengaja oleh seseorang tetapi bisa juga gerakan tersebut dilakukan tanpa sadar.

Perlu menjadi catatan PP bahwa lebih 65% dari pengertian sosial dari pesan yang disampaikan kepada orang lain adalah secara Non-Verbal (Gamble dan Gamble, 1987) yang mencakup tujuh (7) kategori yaitu : Bahasa badan, Gaya fisik dan pakaian, Suara, Jarak dan ruang, Warna, Penggunaan waktu dan Rabaan.

### **Proses Adopsi**

Setiap orang apabila mendengar satu ide baru, akan mengikuti tingkatan-tingkatan tertentu sebelum menerima ide tersebut. Hal ini disebut dengan “proses adopsi” (Rogers, 1971)

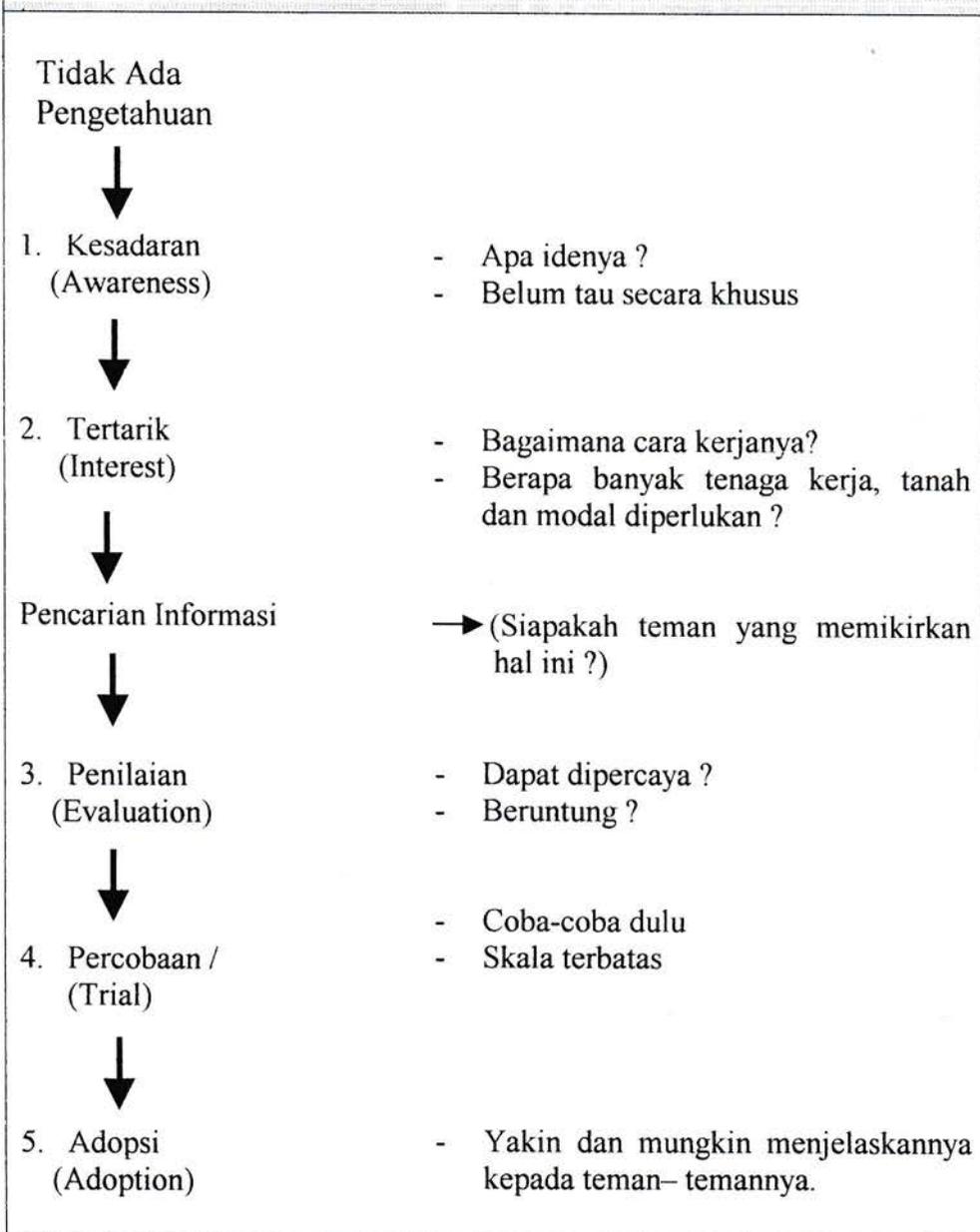
**Tingkatan Sadar (awareness stage)** Seseorang belajar tentang adanya ide e baru, produk atau praktek baru. Dia hanya mengetahui ide tersebut sepintas lalu hanya mempunyai pengetahuan umum mengenai ide baru tersebut, tidak mengetahui kualitasnya dan pemanfaatannya secara khusus.

- (1) **Tingkatan Tertarik (Interest stage)** Seseorang tidak puas hanya mengetahui keberadaan ide baru itu, ingin mendapatkan informasi yang lebih banyak dan lebih mendetail: mengenai apa itu, apa yang dapat dikerjakan dan cara kerja ide baru tersebut, mendengar dan membaca informasi mengenai ide baru tersebut.
- (2) **Tingkatan Penilaian (Evaluation stage)** Seseorang menilai semua informasi yang diketahuinya dan memutuskan apakah ide baru baik untuknya.
- (3) **Tingkatan coba-coba (Trial stage)**, Dimana seseorang putuskan bahwa dia menyukai ide tersebut, dia akan mengadakan percobaan. Hal ini mungkin terlaksana dalam kurun waktu yang lama atau dalam skala yang terbatas.
- (4) **Tingkatan Adosi – Mendarah dagingkan (Adoption stage)** Adalah tahap dimana seseorang itu meyakini akan kebenaran atau keunggulan ide baru tersebut sehingga menerapkannya (mendarahdagingkan) dalam skala sepenuhnya dan mungkin juga mendorong penerapannya oleh orang lain.

Seorang PP perlu mengetahui dan memperhatikan tingkatan-tingkatan tersebut yang dengan Sketsa (McDonald dan Hearle, 1984) dikemukakan dalam Tabel-6 Ide dapat ditolak pada setiap tahapan dan PP tidaklah sepatutnya diharapkan mencoba mendesak tergesa-gesa untuk melampauinya.

Ada keterangan yang diperlukan mengenai adopsi yang memang diperlukan dalam strategi komunikasi, yaitu mengenai sifat-sifat inovasi sehubungan dengan tingkat adopsi yang akan dikemukakan dalam uraian berikut yaitu mengenai Metode dan Strategi Komunikasi.

**Tabel 6 : PROSES ADOPSI**



### **BAB III**

#### **METODE DAN STRATEGI KOMUNIKASI**

Ada beberapa cara PP untuk bekerjasama dengan masyarakat desa dan yang paling efektif dalam kaitannya dengan waktu dan biaya adalah bekerjasama dengan kelompok. Semua metode yang akan dikemukakan berikut ini adalah berguna dan bagi PP yang penting adalah memilih metoda yang paling tepat guna (appropriate) untuk tujuan tertentu.

##### **a. Kunjungan Individu, Saluran Tradisional dan Pertemuan Desa**

Kunjungan individu membuat PP dapat mengkonsentrasikan dirinya untuk pemecahan persoalan keluarga tersebut dan dapat membina hubungan kekeluargaan. Namun waktu dari PP adalah terbatas hanya akan dapat mengunjungi beberapa keluarga; sering kali yang dikunjungi oleh PP adalah “orang kaya” yang mendapat empati yang lebih tinggi dari PP. Hal ini dapat mengakibatkan kecemburuan sosial.

PP hendaklah dapat mengetahui siapa dan apa yang dapat dipergunakannya sebagai jalan yang mudah untuk menyebarkan informasi dengan terlebih dahulu melaksanakan kunjungan individu. Adapun kemungkinan untuk itu antara lain adalah : anak sekolah, petani, kontak tani, tokoh desa, kontak tani, tokoh desa, pemilik toko dan tokoh agama, yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

- (1) Anak sekolah ----- kunjungi sekolah lokal dan meminta kepada siswa untuk menyampaikan pesan. Mereka akan gembira menerima tanggung jawab tersebut dan dapat meningkatkan minatnya terhadap pertanian, kesehatan dan lain-lain

- (2) Petani, kontak tani ----- minta tolong agar mereka mengatakan dan mendemonstrasikannya kepada teman-temannya. Mereka punya perhatian terhadap masyarakat dan akan membantu.
- (3) Tokoh desa ----- minta mereka memberi sambutan dalam pertemuan – pertemuan.
- (4) Pemilik toko ----- minta mereka menyampaikan pengumuman kepada langganannya.
- (5) Tokoh agama ----- orang hormat dan mendengarkannya.

Saluran ini adalah saluran yang telah dipergunakan turun temurun di desa seperti nyanyian, sandiwara, pertunjukan wayang dan lain-lain. Saluran ini sering dilupakan walaupun kemungkinan besar saluran inilah yang paling baik dalam komunikasi. PP hendaknya jangan terlalu tergantung kepada (dan sangat dipengaruhi) apa yang dinamakan “modern”, sehingga tidak dimanfaatkan potensi saluran yang telah dikenal secara lokal yang merupakan kearifan local.

Pertemuan desa dapat dimanfaatkan mendiskusikan persoalan dan memperkenalkan ide baru. Pertemuan hendaklah direncanakan sebelumnya dan mengikut sertakan tokoh-tokoh desa. Pertemuan ini dapat menciptakan formasi dari bermacam kelompok, kelompok tani, wanita atau koperasi. Daftar atau check list untuk perencanaan pertemuan antara lain :

- (1) Apakah pertemuannya formal atau tidak ?
- (2) Apakah itu pembicaraan, kuliah atau diskusi ?
- (3) Siapa pesertanya : kelompok tertentu atau seluruh warga ?
- (4) Dimana ?

- (5) Kapan ?
- (6) Peralatan apa yang perlu ?
- (7) Pengaturan apa yang diperlukan : tempat duduk, makanan ringan (snack) ?

## **2. Darmawisata, Demonstrasi dan Kelompok Kerja**

Salah satu jalan yang terbaik memotivasi petani adalah mengatur kunjungan ke tempat yang menarik seperti pusat penelitian, usahatani besar yang komersial, dan kepada petani didalam dan diluar daerah mana petani berbicara dengan petani lainnya. Motivasi dapat lebih efektif apabila Penyuluh Lapangan ikut berbicara.

Demonstrasi adalah tulang punggung pendidikan informal dan adalah satu alat yang paling efektif bagi pengajar dalam situasi yang lebih formal.

Ada dua (2) tipe demonstrasi yaitu :

Pertama Demonstrasi dari metoda yaitu demonstrasi yang mempertunjukkan keterampilan seperti bagaimana cara menggunakan mesin mesin tertentu.

Kedua Demonstrasi hasil yang memperlihatkan hasil aktivitas yang telah berlangsung sebelumnya. Misalnya demonstrasi pemupukan yang dapat terdiri dari berbagai pertemuan terpisah yaitu : pada waktu penggunaannya, membandingkan pada masa pertumbuhan dan pada masa panen dari tanaman yang dipupuk dibanding yang tidak dipupuk.

Jika PP hanya mengatakan kepada orang lain cara mengerjakan sesuatu dengan baik, mereka akan lekas melupakannya. Orang perlu melihat sesuatu dikerjakan dan dikerjakan sendiri olehnya yang membuatnya akan tetap

mengingatnya. Satu demonstrasi dimana orang mengambil bagian, adalah jalan yang paling efektif untuk meyakinkan metode baru dan akan diingat.

Bagaimana cara melaksanakan demonstrasi ?

Ada beberapa cara yaitu :

- (1) Pada waktu mulainya demonstrasi katakan apa yang hendak diajarkan dan bagaimana hal tersebut menolong pendengar
- (2) Pastikan setiap orang dapat melihat dan mendengar dengan baik
- (3) Janganlah melaksanakan demonstrasi dalam situasi dimana orang mesti berdiri lama dibawah terik sinar matahari
- (4) Bicaralah *dengan* pendengar bukan bicara *kepada* mereka dan jangan bicara terlalu banyak
- (5) Setiap orang mestilah mengambil peran dalam demonstrasi, pastikan bahwa setiap orang telah mencobanya. Biarkan pendengar bertanya dan tanya mereka untuk memastikan bahwa mereka dapat dan tetap mengikuti apa yang didemonstrasikan. Ingatlah bahwa demonstrasi akan sukses bila peserta mengambil bagian
- (6) Perhatikan peserta yang lambat menerima ide deomnstrasi, berikan kepada mereka bantuan ekstra. Ulangi langkah-langkah dari demonstrasi kalau diperlukan
- (7) Apabila seorang PP tidak mengetahui jawaban dari pertanyaan hadirin katakanlah sejujurnya tidak mengetahui tetapi janjikan akan mencari jawabannya; kemudian dapatkan jawaban tersebut dan kontak kembali si penanya.

Hal – hal penting yang perlu menjadi perhatian dalam demonstrasi adalah :

- (1) Tepat waktu. Jelaskan metode pada waktu yang tepat; dari tahun yang sedang berjalan, jelaskanlah bagaimana bercocok tanam sesuatu pada musim sebelum tanam
- (2) Realistis. Janganlah mengajarkan hal yang diluar jangkauan masyarakat seperti misalnya mengenai sesuatu mesin yang tak akan sanggup mereka membelinya
- (3) Rencanakan matang. Jangan sampai pertemuan yang dibuat bentrok dengan pertemuan lain
- (4) Persiapan mantap. Pastikan semua siap sehari sebelum pelaksanaan demonstrasi
- (5) Pengumuman cukup. Berikan pemberitahuan atau pengumuman yang cukup untuk pertemuan yang akan dilaksanakan.

Dari sudut pandang biaya effesien, bekerjasama dengan kelompok mungkin metode yang paling baik bagi PP, yang akan diuraikan berikut ini.

Bekerja bersama kelompok adalah lebih murah daripada kunjungan individu. Waktu PP jelas terbatas yang berarti bekerjasama dengan kelompok adalah lebih rendah biayanya. Alasan terbentuknya satu kelompok adalah oleh karena beberapa orang mempunyai persoalan atau kebutuhan bekerjasama dalam kelompok sehingga lebih potensial untuk memecahkan persoalan mereka. Kelompok-kelompok dapat saja terbentuk untuk mencegah akan terjadinya sesuatu misalnya kelompok yang menolak berdirinya pabrik di sekitar lingkungan mereka.

Adapun peranan anggota kelompok tergantung banyak kepada personalitasnya masing-masing, berbeda dengan PP yang adakalanya mesti memerankan peranan

khusus sebagai anggota kelompok; hal ini terutama apabila kelompok kekurangan tenaga yang perlu memerankan sesuatu dalam kelompoknya dan PP yang diserahkan untuk peranan tersebut. Peranan anggota kelompok ada yang positif dan adapula yang negatif seperti tertera pada Tabel 7.

Tabel 7. PERANAN ANGGOTA KELOMPOK

1. Inisiator / Kontributor : orang yang mencari ide – ide baru
2. Pencari informasi : menanyakan tentang kejelasan sesuatu secara faktual
3. Pencari opini : menanyakan pendapat orang lain
4. Pemberi informasi : melayani fakta yang terpercaya
5. Elaborator : menjelaskan saran dalam contoh nyata dan menggambarkan bagaimana satu ide dapat terlaksana dalam praktek
6. Koordinator : menggali ide bersama
7. Orientator : menetapkan posisi sehubungan dengan tujuan kelompok
8. Evaluator : mengevaluasi kinerja kelompok
9. Penggerak : membuat kelompok melaksanakan aksi / kegiatan
10. Teknisi : mempercepat kegiatan kelompok dengan cara menangani penataan : tempat duduk, peralatan dan lain-lain
11. Pencatat : bertanggung jawab atas pencatatan saran – saran, kesimpulan diskusi dan lain-lain

#### PERANAN ANGGOTA KELOMPOK POSITIF

1. **Agresor** : tukang kritik, menyatakan tidak setuju tentang nilai tertentu yang disetujui umum, perasa.
2. **Playboy** : orangnya tidak serius, umumnya kurang mau terlibat dalam kelompok.
3. **Dominator** : yang selalu menuntut kekuasaan dan superioritas. Secara berkala mengintrupsi kontribusi yang lainnya
4. **Penghalang** : mempertahankan sikap negatif dan keras kepala, tidak setuju tanpa alasan yang masuk akal dan selalu berusaha memunculkan kembali isu yang telah diselesaikan.

#### PERANAN ANGGOTA KELOMPOK NEGATIF

PP mestilah mempunyai kemampuan mengidentifikasi peranan-peranan positif dan negatif tersebut dan berusaha mendorong anggota kelompok lainnya mengontrol orang-orang yang berperan negatif

PP hendaklah memanfaatkan tokoh kelompok dalam kelompok diskusi tetapi jangan membiarkan tokoh tersebut (dan diri PP) terlalu dominan dalam diskusi, berikan peranan dan juga tanggung jawab kepada para peserta diskusi.

### **3. Desain Strategi Komunikasi**

Adapun desain Strategi Komunikasi adalah berdasarkan unsur-unsur komunikasi. Walaupun unsur komunikasi itu cukup banyak namun secara umum disetujui bahwa unsur-unsur dasar : Sumber, Pesan, Saluran, Penerima dan Pengaruh dengan penjelasan sebagai berikut :

- (1) Sumber (Source) → disebut juga komunikator adalah pihak yang menimbulkan adanya kegiatan komunikasi. Sumber yang dapat merupakan perorangan ataupun organisasi mempunyai tujuan yang dinyatakan dalam bentuk pesan.
- (2) Pesan (Message) → adalah hasil fisik nyata dari enkoder dari sumber (Berlo, 1960), merupakan sesuatu yang dapat ditangkap indera manusia. Wujud nyata pesan akan diperoleh apabila ide dari sumber diterjemahkan dalam satu sandi.
- (3) “Enkoder” → adalah berfungsi menterjemahkan ide/informasi/ kebutuhan-kebutuhan menjadi sandi – sandi yang akan dikirimkan keluar (Margono Slamet, 1978) yaitu pesan tersebut.

- (4) Saluran (Channel) → adalah alat dengan mana pesan disampaikan dari sumber ke penerima (Rogers dan Shomaker).
- (5) Penerima (Receiver) → adalah pihak yang menerima pesan. Sebagaimana sumber memerlukan enkoder, penerima juga memerlukan dekoder yaitu alat dari penerima yang berfungsi menterjemahkan kembali pesan yang diterima untuk diubah menjadi bentuk lain yang dapat dipakai oleh si penerima (Margono Slamet, 1978). Si pengirim dan si penerima adalah sama – sama penting karena tidak akan ada komunikasi tanpa keduanya.
- (6) Pengaruh (Effect) → adalah pengaruh dari komunikasi.

Unsur-unsur komunikasi tersebut mempunyai kaitan dan hubungan satu sama lainnya, tidak dapat beroperasi sendiri-sendiri harus saling berinteraksi karena komunikasi adalah proses, melalui proses inilah pesan ditransfer dari sumber ke penerima (Rogers, 1971).

Disamping unsur-unsur komunikasi, sehubungan dengan proses adopsi seperti yang telah dikemukakan terdahulu, ada 5 (lima) sifat inovasi yang berhubungan dengan tingkat adopsi seperti yang dikemukakan Rogers (1971), yang mesti diperhatikan dalam Strategi Komunikasi.

- (1) Keuntungan relatif. Tingkat penerimaan akan lebih tinggi apabila satu inovasi lebih baik daripada keadaan yang sudah ada selama ini. Keuntungan relatif dapat diperhitungkan berdasar ukuran secara ekonomi, berdasar status dan perangsang lainnya yang diberikan inovasi tersebut kepada si penerima inovasi

(adopter). Semakin besar keuntungan relatif dari inovasi baru maka semakin cepat inovasi diadopsi (Rogers, 1971).

- (2) Kompatibilitas. Tingkatan penerimaan inovasi adalah konsisten dengan nilai dianut, pengalaman masa lalu dan kebutuhan dari si penerima inovasi. Ide dapat kompatibel atau tidak kompatibel dengan :
- Dengan nilai sosial budaya dan kepercayaan
  - Dengan ide yang telah diperkenalkan sebelumnya
  - Dengan kebutuhan klien/adopter akan inovasi.

Ide yang tidak kompatibel dengan nilai yang dianut dan norma yang berlaku didalam sistem masyarakat tidak akan diadopsi secara cepat dibandingkan dengan apabila inovasi tersebut kompatibel (Rogers, 1971).

- (3) Kompleksitas. Tingkatan penerimaan inovasi adalah tergantung sukar tidaknya inovasi dimengerti dan digunakan. Rogers (1983) mengemukakan bahwa berdasarkan penelitian, makin kompleks satu inovasi, makin berkurang pengadopsiannya.
- (4) Trialabilitas. Tingkatan penerimaan inovasi kemungkinannya untuk dipraktekkan dalam skala terbatas. Secara umum, penerimaan inovasi dari anggota dari satu sistem sosial tergantung kepada dapat tidaknya mereka untuk dapat mencobanya dalam tarap pertama tanpa risiko, makin dapat dicoba makin tinggi tingkatan penerimaan. Ide baru yang dapat dicoba dalam perencanaan umumnya lebih cepat diterima daripada yang tidak dapat dicoba dulu (Rogers, 1971).

- (5) Dapat diamati. Tingkatan penerimaan inovasi adalah tergantung dapat tidaknya hasil inovasi untuk dilihat/diobservasi yang artinya terbuka untuk dinilai (dievaluasi). Apabila hasil positif dari inovasi dapat dilihat secara mudah dan digambarkan, inovasi itu juga lebih mudah diadopsi.

#### **4. Langkah-Langkah dalam Strategi Komunikasi**

Dalam mendesain Strategi Komunikasi diperlukan langkah-langkah dan langkah yang pertama adalah penentuan tujuan/efek yang diharapkan, analisis kelompok sasaran maupun lingkungan sosialnya dan barulah didesain program.

Pertama : Tentukan tujuan atau pengaruh yang diharapkan. Sebelum penentuan tujuan atau pengaruh yang diharapkan ditetapkan diperlukan studi tentang persoalan dari kelompok sasaran mengenai kebutuhannya dan juga nilai-nilai yang berlaku baginya, adalah studi ini yang merupakan dasar dari penentuan tujuan.

Kedua : Analisa kelompok sasaran dan lingkungan sosial. Hal ini dilaksanakan dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempermudah tetapi juga dapat mempersukar pencapaian tujuan yaitu : sikap, nilai, budaya, psikologi, fisik, politik dan lain-lain

Ketiga : Desain program. yaitu :

- (1) Pertimbangkan alternatif kegiatan aksi dan pilih yang paling tepat guna (appropriate) dalam hal : Sumber, Pesan, Media, konteks dan tersedianya sumberdaya.

- (2) Buat secara tertulis langkah-langkah spesifik yang akan dikerjakan untuk setiap unsur komunikasi dan sumberdaya
- (3) Tentukan tanggung jawab (siapa bertanggung jawab terhadap apa)
- (4) Tetapkan kriteria untuk : evaluasi formal (pretesting dari sumberdaya, media dan pesan), proses evaluasi dan produk evaluasi.

## 5. Perubahan Perilaku

Sukses tidaknya Strategi Komunikasi tergantung dari hasilnya atau efeknya. Dengan demikian rencana komunikasi mesti dimulai dengan pernyataan yang jelas mengenai tujuan seperti yang dimintakan dalam langkah pertama yang baru aja dikemukakan diatas. Untuk itu ditentukan pengaruh dalam arti kata perubahan perilaku yang diharapkan dari kelompok sasaran.

Untuk perubahan perilaku ini Bloom dkk. (1956) dan E. Simpson (1967) telah membuat klasifikasi tujuan pendidikan dalam tiga ranah (domain) atau kawasan yaitu ranah Kognitif (**Cognitif**), ranah Afektif (**Affectif**) dan ranah Psikomotor (**Psychomotor**) yang dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut (Winkel, 1991), dengan tingkatan seperti yang diperlihatkan Tabel 8 yaitu :

- (1) Ranah Kognitif. Ranah ini adalah mencakup tujuan sehubungan dengan kemampuan intelektual dan keterampilan. Tujuan perilaku ranah kognitif ini perlu diperhatikan oleh karena kedua tujuan perilaku berikutnya (afektif dan psikomotorik) adalah dibangun dengan menggunakan perilaku dari ranah kognitif ini.

- (2) Ranah Afektif yaitu yang mencakup tujuan yang menggambarkan perubahan keadaan emosi, perhatian utama, nilai sikap, pengembangan pemahaman dan penyesuaian terdiri dari 5 tingkatan (Tabel 8).
- (3) Ranah Psikomotorik yaitu yang berkaitan dengan keterampilan motorik. Apabila tujuan perubahan sikap dari suatu program adalah adopsi satu inovasi yang berkesinambungan maka ranah Psikomotorik merupakan tujuan pendidikan yang prioritas. Dengan demikian, untuk mensukseskan tujuan ini dalam satu lingkungan belajar yang demokratis, tujuan yang hendak dicapai dari ranah Kognitif dan Afektif mestilah jelas.

**Tabel 8 : SISTEMATIKA ASPEK JENIS PERILAKU DALAM KLASIFIKASI TUJUAN PENDIDIKAN**

<b>Ranah Kognitif</b>	<b>Ranah Afektif</b>	<b>Ranah Psikomotorik</b>
1. Pengetahuan	1. Penerimaan	1. Persepsi
2. Pemahaman	2. Partisipasi	2. Kesiapan
3. Penerapan	3. Penilaian	3. Gerakan terbimbing
4. Analisa	4. Organisasi	4. Gerakan terbiasa
5. Sintesa	5. Pembentukan	5. Gerakan kompleks
6. Evaluasi	Pola hidup	6. Penyesuaian pola gerakan
		7. kreativitas

Tujuan perubahan sikap untuk adopsi dari inovasi mestilah ditentukan berdasarkan tingkatan proses adopsi seperti yang telah dikemukakan terdahulu.

## 6. Strategi Media Komunikasi

Penelitian komunikasi telah memperlihatkan bahwa sumber dan saluran interpersonal dan mass media mempunyai peran yang berbeda dalam menyampaikan

pengetahuan, dalam meyakinkan individu untuk merubah sikapnya untuk mengadopsi inovasi (Stuart, 1978) seperti tertera dalam Tabel 9

**Tabel 9 : ADOPTI, RANAH PERILAKU AKTI DAN SALURAN KOMUNIKASI**

<i>Tingkat Adopsi</i>	<i>Ranah Perilaku</i>	<i>Saluran Komunikasi</i>
1. Sadar - (Mengerti)	- Kognitif - Kognitif	- Mass media (MM) - MM & Interpersonal
2. Tertarik	- Afektif	- Interpersonal & MM
3. Menilai	- Afektif	- Interpersonal
4. Coba-coba	- Psikomotor	- Interpersonal
5. Adopsi - Adopsi berlanjut	- Psikomotor - Psikomotor	- Interpersonal - Interpersonal & MM
		-

Adapun saluran mass media adalah saluran yang dapat menjadikan sumber untuk menyebarkan informasi kepada pendengar yang banyak seperti radio, televisi, surat kabar dan lain-lain Saluran mass media secara relatip adalah lebih penting pada tingkat sadar (awareness) dan pengertian (understanding) dalam proses adopsi.

Saluran interpersonal melibatkan interaksi tatap muka diantara dua atau lebih individu, seperti saling tukar menukar informasi melalui interaksi sosial, pertemuan kelompok, demonstrasi dan semacamnya. Saluran interpersonal adalah relatip lebih penting dalam tingkatan selanjutnya dalam proses adopsi yaitu tingkatan tertarik (interest) dan seterusnya.

Apabila ditinjau dari segi biaya, maka biaya interpersonal, kunjungan kepada petani adalah lebih mahal dibandingkan dengan mass media.

Kebaikan dan kekurangan dari Media Komunikasi dan kunjungan pribadi dalam Saluran Komunikasi yang dirangkum McDonald dan Hearle (1984) dalam Tabel 10 .

<b>Tabel 10 : MEDIA KOMUNIKASI DAN KUNJUNGAN PERSONAL</b>	
<b>Kebaikan</b>	<b>Kekurangan</b>
<b>1. Media Komunikasi</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat mencapai banyak pendengar</li> <li>- Relatip murah kalau per kapita</li> <li>- Dapat menjangkau isolasi</li> <li>- Staf perlu sedikit</li> <li>- Dapat menyampaikan berita hangat</li> <li>- Dapat menjangkau pendengar dirumahnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya peralatan mahal</li> <li>- Maintenan dan reparasi mahal/sukar</li> <li>- Tidak mudah memperoleh umpan balik</li> </ul>
<b>2. Kunjungan Pribadi</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sering sangat efektif memotivasi petani</li> <li>- Umpan baliknya baik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat sangat mahal</li> <li>- Interval saja/tidak selalu</li> <li>- Biasanya petani maju saja</li> <li>- Diperlukan banyak staf untuk mengkover</li> </ul>

Tidaklah semua peralatan media komunikasi merupakan investasi yang murah dalam taraf pembeliannya, akan tetapi apabila penilaiannya dihitung per kapita dari yang di layaninya akan dapat menjadi murah. Ada peralatan yang tidak mudah mengoperasikannya sehingga memerlukan latihan khusus dari PP. Media Komunikasi

yang tepat guna (*appropriate*) di desa adalah media yang selalu tersedia di desa apalagi dapat dihasilkan di desa.

## 7. Desain Pesan dan Strategi Media Mix

Desain daripada pesan termasuk keputusan yang dibuat perencana yaitu :

- (1) Memilih isi khusus dari presentasi
- (2) Urut-urutan atau pengaturan isi
- (3) Simbol (Verbal dan Non-Verbal) yang akan digunakan dan
- (4) Tipe dari pesan yang digunakan.

Keputusan adalah berdasar kebutuhan sasaran kelompok sebagaimana yang telah diketahui dalam konteks evaluasi pendahuluan. Keputusan mengenai desain dari pesan juga tergantung kepada dimensi kredibilitas tepat guna sumber daya, media komunikasi yang paling efisien sesuai dengan tingkatan proses adopsi yang ada dan ketersediaan sumberdaya bagi si pengirim dan si penerima dalam hal dana, energi, waktu, material metode dan input lainnya.

Ada 4 (empat) langkah menurut Libero (Stuart, 1978) dalam perencanaan dan implementasi pendekatan multi media yaitu :

**Pertama.** Jabarkan perubahan perilaku yang ingin dicapai

**Kedua.** Tentukan ranah perilaku mana dalam setiap tujuan: Kognitif, Afektif dan Psikomotor.

**Ketiga.** Pilih media strategi yang tepat guna dalam ranah perilaku yang diidentifikasi untuk setiap tujuan.

**Keempat.** Pilih media yang tepat guna.

Faktor–faktor yang perlu diperhatikan dalam memilih media adalah:

- (1) Karakteristik dan sumberdaya dari penerima
- (2) Keberadaan organisasi yang dapat membantu/memfasilitas penggunaan media
- (3) Ketersediaan waktu dan tempat dalam setting
- (4) Efektivitas biaya, dan
- (5) Ketersediaan material dan akses kepada saluran komunikasi.

Strategi Komunikasi sepatutnyalah menggunakan pendekatan apa yang disebut multi media, oleh karena tidak ada satupun media komunikasi yang terampuh untuk semua tujuan perubahan perilaku. Satu rencana komunikasi yang baik dengan demikian hendaklah menggunakan mix media yang tepatguna dan efisien.

## **BAB IV KESIMPULAN**

Uraian bagaimana meningkatkan ketrampilan dari PPenyuluh Pembangunan dan bagaimana Strategi Komunikasi yang perlu ditempuhnya tidaklah sederhana. Strategi Komunikasi sejogyanya mengemukakan dan membahas beberapa hal penting dalam rangka menjawab pertanyaan-pertanyaan sbb :

- (1) Siapakah si PP dan siapa kelompok sasarannya ?
- (2) Apakah pesan-pesan yang akan disampaikan ?
- (3) Media apa yang akan digunakan dan kenapa ?
- (4) Dalam konteks apa (desa, kota, teknologi tinggi atau tradisional ) ?
- (5) Berapa lama program akan dilaksanakan ?
- (6) Apakah kemungkinan hambatan untuk mencapai tujuan atau pengaruh yang diharapkan ? (personal, situasi dan sumberdaya) ?

Uraian terdahulu baru menjawab sebahagian dari pertanyaan tersebut. Dari banyak hal yang belum dikemukakan, yang penting, perlu diketahui oleh PP antara lain adalah : metoda mengajar/menyuluh, pelaksanaan kursus/ latihan, pengaturan staf.

Catatan penutup berikut ini mengemukakan dua hal penting yaitu mengenai pendidikan orang dewasa yang menjadi sasaran penyuluhan dan sekali lagi mengenai diri si PP tentang tanggungjawabnya dalam tugas beratnya yang selalu “bersedia menerima kekecewaan”.

Pada dasarnya tugas PP dalam Pembangunan Masyarakat Desa (PMD) melayani setiap anggota masyarakat, setiap kelompok baik dengan anggota tua dan muda, namun yang sungguh sangat perlu dilayaninya adalah orang dewasa

Orang dewasa memerlukan perhatian khusus dalam pendidikannya, perbedaan secara umum pendidikan orang dewasa dengan pendidikan anak-anak, oleh karena ada terdapat perbedaan khas atau spesifik dalam pendidikan orang dewasa berbeda dengan pendidikan anak-anak oleh karena :

- (1) Orang dewasa hanya akan mempelajari hal-hal yang mereka harapkan bermanfaat bagi mereka dan mereka memerlukan waktu untuk memutuskan apakah yang bermanfaat itu.
- (2) Sekali telah ditetapkannya untuk mempelajari sesuatu, orang dewasa akan lebih termotivasi daripada anak-anak.
- (3) Orang dewasa banyak mempunyai pengetahuan dan pengalaman dan tidak ingin diperlakukan secara rendah
- (4) Orang dewasa umumnya lebih konservatip daripada anak-anak
- (5) Orang dewasa mempunyai waktu yang tersedia lebih terbatas oleh karena komitmen yang lain.

Salah satu hal yang pasti adalah siapapun yang terlibat dalam menghasilkan perubahan seperti PP, adakalanya mengalami kegagalan. Alasan tidak mudah atau kegagalan tersebut dapat saja secara rasional ataupun tidak rasional. Apa yang harus dimantapkan oleh PP adalah sebagaimana dikemukakan oleh Luke dan Bradford (Kidd, 1973) yaitu perlu membuat renungan :

“..... Dia perlu berpikir tentang dirinya sendiri apa alasan apa sebabnya dia berkeinginan menolong orang lain. Termasuk didalam pertanyaan ini adalah imbalan apa yang diinginkannya ---- uang, prestasi, peningkatan profesi, data riset, emosi atau hanya sekedar untuk kepuasan dalam melaksanakan pekerjaan secara baik. ”

Apakah tanggung jawab seorang PP dan bagaimana mengidentifikasi penyuluhan yang baik ? Penyuluhan adalah pendidikan dan dalam hal pendidikan Malcolm Knowles (Kidd, 1973) mempertanyakan tentang pendidikan yang baik dan sekaligus menyarankan beberapa hal merupakan bagian dari jawaban pertanyaan tersebut yaitu :

- (1) Kemampuan mengartikan tujuan dan melibatkan yang dididik untuk berpartisipasi didalam mempertajam dan menghasilkan tujuan
- (2) Sikap, penerimaannya dan menghargainya kepada orang lain
- (3) Rencana terhadap lingkungan
- (4) Cara mendorong partisipasi penuh dari semua para pendengar
- (5) Pemilihan atas metoda dan media yang digunakan
- (6) Kesadarannya bahwa pendidikan mestilah dapat memberi kenikmatan dan bebas dari paksaan

Tidak akan pernah ada jawaban yang lengkap terhadap pertanyaan tersebut diatas yaitu Apakah tanggung jawab seorang PP dan bagaimana mengidentifikasi penyuluhan yang baik? Namun “ada 11 perintah” yang ditujukan kepada pendidik, berarti juga kepada PP oleh karena PP pada dasarnya adalah pendidik, “11 perintah “ yang dapat merupakan pegangan melaksanakan penyuluhan yang baik (Tabel 11)

**Catatan :** Sebelas Perintah kepada PP yang dikemukakan dalam Tabel 11 adalah disadur dari 10 perintah untuk para guru menurut Kidd, 1973; dijadikan 11 perintah karena perintah No. 10 terdiri dari 2 perintah yang jelas berbeda.

**Tabel 11 SEBELAS PERINTAH KEPADA PENYULUH PEMBANGUNAN**

1. Tidak akan pernah menjadi orang lain, tetapi menjadi diri sendiri
2. Tidak akan pernah mengelakkan membantu seseorang yang perlu bantuan walaupun orang tersebut membuat kesulitan
3. Tidak akan menyualahkan keadaan lingkungan
4. Tidak akan pernah putus asa
5. Tidak akan pernah mengelakkan tanggung jawab
6. Tidak akan pernah lupa menghormati sertiap orang yang terlibat dalam proses penyuluhan
7. Tidak akan pernah lupa menghormati setiap orang yang terlibat dalam proses penyuluhan
8. Tidak akan pernah mengharapkan keajaiban
9. Tidak akan pernah melupakan rasa humor yang akan menolongnya dari goncangan, depresi atau kekecewaan
10. Tidak akan pernah menodai kesucian panggilan tugasnya
11. Tidak akan pernah terlalu serious

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 1984. *The Concise Oxford Dictionary of Current English*, Oxford at the Clarendon Press.
- Berlo, David K. 1960. *The Process of Communication An Introduction to theory and Practice*, Holt, Reinhart and Winston, Inc, New York, Chicago, San Francisco, Atlanta, Dallas, Monreal, Toronto, London, Sydney.
- Echols, John M. & Hasan Shadily. 1980. *Kamus Inggeris Indonesia*, Penerbit PT. Gramedia, Jakarta.
- MacDonald Ian dan David Hearle. 1984. *Communication Skill for Rural Development*, Evans Brothers Limited, London, Ibadan, Nairobi.
- Margono Slamet. 1978. *Kumpulan Bahan Bacaan Penyuluhan Pertanian*, IPB, Bogor.
- ..... 1992. *Perpektip Ilmu Penyuluh Pembangunan Menyongsong Era Tinggal Landas*, dalam : Hubeis, Aida Vitalaya Sjafri *et al.* 1992. *Penyuluh Pembangunan Indonesia : Menyongsong abad XXI*, PT Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara, Jakarta.
- Mosher, A.T. 1996. *Getting Agricultural Moving, essential for development and modernization*, Frederick A. Praeger, Publisher, New York, Washington, London.
- Poerwadarminta, W.J.S. 1986. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Rogers, Everett M. & F.Floyd Shoemaker. 1971. *Communication of Innovation A Cross-Cultural Approach*, The Free Press, New York`.
- Serano, Kenneth K. & C. David Mortenson. 1970. *Foundations of Communication Theory*, Harper & Row, Publishers, New York, Evanston, and London.
- Sison, Obdulia F. 1986. *The Extension Worker*, DSPFC, SEARCA, College, Laguna (mimeo).
- Stuart, Teresa H. 1978. *Communication Strategies Basic Principle*, Departement of Development Communication, UPLB, College, Laguna (mimeo).
- Wirkel, W.S. 1991. *Psikologi Pengajaran*, Penerbit Pt. Grasindo, Jakarta.