BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Terdahulu

Tinjauan pustaka, peneliti awali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian. Melalui tinjauan terdahulu ini, peneliti memperoleh gambaran awal mengenai kajian yang terkait dengan permasalahan penelitian. Selain itu, peneliti juga mendapatkan pembanding dan rujukan untuk permasalahan penelitian.

Berikut ini adalah hasil telaah peneliti terhadap beberapa tinjauan penelitian terdahulu:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN	NAMA PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN DENGAN PENELITIAN INI
1	Strategi Komunikasi Promosi Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam Mensosialisasikan Bahaya Penyakit *AIDS*	T. Muhammad Ilham (Skripsi) Ilmu Komunikasi Universiter Komputer Indonesia 2014	Pendekatan Kualitatif dengan metode penelitian Deskriptif	Bahwa komunikasi promosi Dinas Kesehatan Kota Bandung untuk melanjutkan kegiatan, eksistensi, mendorong dan mengembangkan lebih luas lagi.	Penelitian T. Muhammad Ilham membahas lebih kepada Strategi Komunikasi Promosi kesehatan bahaya penyakit Aids kepada masyarakat, sedangkan peneliti ini lebih kepada Strategi Komunikasi Dinas

					Perkebunan Provinsi Jawa Barat dalam pemberian wawasan kepada para petani perkebunan dan peternakan Jawa Barat
2	Strategi Komunikasi Pemasaran Septia Hotel Yogyakarta	Ardiyanto Wardhana (Journal) Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta April 2016 Vol 4, No.1	Pendekatan Kualitatif dengan metode penelitian Deskriptif	Bahwa Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana dalam memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat mengenai masalah KB.	Penelitian Ayu Saidah lebih membahas kepada bagaimana Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana dalam memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat mengenai masalah KB, sedangkan peneliti ini lebih kepada Strategi Komunikasi Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat dalam pemberian wawasan kepada para petani perkebunan dan peternakan Jawa Bara
3	Strategi Komunikasi Dinas Kehutanan dan	Rizky Mauli Ardy (Skripsi) Universitas Muhammadiyah	Pendekatan Kualitatif dengan metode	Bahwa strategi komunikasi yang dimiliki dan dilakukan oleh	Penelitian Rizky Mauli Ardy membahas lebh kepada Strategi

	Perkebunan Kabupaten Wonogiri dalam Mengkomunikasikan Gerakan Rehabilitasi Hutan dan Lahan	Yogyakarta 2011	penelitian Deskriptif	Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Wonogiri dalam mengkomunikasikan gerakan rehabilitasi hutan dan lahan sudah berhasil namun belum maksimal. Dimana menurut masyarakat kelompok tani Desa Sumberjo Kecamatan Batuwarno Kabupaten Wonogiri materi penyuluhannya yang masih terlalu monoton dan kurang inovatif	Komunikasi Dinas Kehutanan dan Perkebunan Wonogiti dalam mengkomunikasikan gerakan rehabilitasi hutan dan lahan, sedangkan peneliti ini lebih kepada Strategi Komunikasi Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat dalam pemberian wawasan kepada para petani perkebunan dan peternakan Jawa Bara

Sumber: Data Penelitian, 2017

2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi Organisasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan hal sangat penting dalam sebuah organisasi, bagaimana sebuah organisasi dapat berjalan sebagaimana mestinya tanpa ada komunikasi didalamnya. Kesuksesan dalam sebuah organsasi mengingat orang-orang yang terlibat didalamnya karena disetiap oraganisasi pasti memiliki hambatan dalam komunikasi, tetapi hambatan tersebut tidak perlu dijadikan sebagai masalah melainkan membentuk maslasalah dari hambatan itu agar menjadi bekal untuk kedepanya agar komunikasi diorganisasi menjadi lebih baik lagi.

Istilah “organisasi” berasal dari kata latin *organization* yang berasal dari kata yang merupakan kata latin. *Organizate*, yang berarti “*to form as or into a whole consisting of independen or coordinated parts*” (membentuk sebagai atau menjadi keseluruhan dan bagian-bagian yang saling bergantung atau telah terkoordinasi). Dengan demikian organisasi dapat diartikan sebagai perpaduan dari bagian-bagian yang saling bergantung/berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Definisi organisasi menurut Rogers and Rogers yaitu ”Sesuatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. (Effendy, 2015:114).

Evert M. Rogers dan Rekha Agarwala Rogers dalam Bukunya, *Communication in Organization* yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy, menyebut paduan tadi suatu sistem. Secara lengkap organisasi didefinisikannya sebagai :

> *“a stable system of individuals who work together to achive, through a hierarchy of rank and division of labour, common goals.”*
> (suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas). (Rogers dan Rogers dalam Effendy, 2015 : 114).

Selain itu definisi Komunikasi Organisasi menurut Deddy Mulyana dalam buku yang berjudul “*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*”. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu

jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi kebawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gosip. (Mulyana, 2011:83)

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah yang selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan.

Menurut Pace dan Faules dalam Deddy Mulyana menyatakan "Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan." (Pace dan Faules dalam Mulyana, 2011: 31)

Definisi diatas memperlihatkan bahwa adanya pertunjukan dan pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi. Pertunjukan dan pertukaran pesan merupakan penyampaian dan penerimaan informasi dalam penyampaian dan penerimaan informasi ke seluruh unit-unit organisasi merupakan salah satu tantangan besar dalam organisasi ata perusahaan. Proses penyampaian dan penerimaan informasi berhubungan dengan aliran informasi. Komunikasi organisasi, dipandang dari suatu perspektif interpretif adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Proses interaksi tersebut tidak mencerminkan organisasi, ia adalah organisasi itu sendiri. Komunikasi organisasi adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi. Lebih jelasnya, komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Sendjaja (Sendjaja dalam Bungin, 2007:274) komunikasi dalam organisasi memiliki empat fungsi, yaitu; fungsi informatif, regulatif, persuasif, integratif. :

1. Fungsi Informasi

   Dalam fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu system pengelolaan informasi berupaya

memperoleh informasi Sebanyak- banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh oleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiap orang didalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, yaitu:

a. Atasan atau orang-orang yang berada pada pucuk pimpinan (tatanan manajemen) adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi.

b. Berhubungan dengan pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja, artinya bawahan membutuhkan kepastian tata cara dara batasan mengenai pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan

untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasan. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Pekerjaaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besardibandingkan jika pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

4. Fungsi Integratif

   Untuk menjalankan fungsi integrasi, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. (Sendjaja dalam Bungin, 2007:274)

2.1.2.3 Komponen dan Tujuan Komunikasi Organisasi

Proses komunikasi organisasi, ada beberapa komponen yang penting untuk diperhatikan. Adapun komponennya adalah sebagai berikut :

1. Jalur komunikasi internal. Eksternal, atas-bawah, bawah-atas, horizontal serta jaringan.

2. Induksi, antara lain orientasi tersembunyi dari para karyawan, kebijakan dan prosedur, serta keuntungan para karyawan
3. Saluran, antara lain media elektronik (email, internet), media cektak (memo,surat menyurat, bulletin) dan tatap muka
4. Rapat, antara lain *briefing*, rapat staf, rapat proyek, dan dengan pendapat umum
5. Wawancara, antara lain seleksi, tapilan kerja dan promosi karier.

Tujuan komunikasi organisasi adalah untk memudahkan melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisai. Dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Sementara itu (Liliweri dalam Ruliana, 2014:24) mengemukakan bahwa Ada empat tujuan komunikasi organisasi, yakni :

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan koordinasi. (Liliweri dalam Ruliana, 2014:24)

2.1.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya. (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara

tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

2.1.3.1 Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasinya

Telah banyak klasifikasi kelompok yang dilahirkan oleh para ilmuwan sosiologi, namun dalam kesempatan ini kita sampaikan hanya tiga klasifikasi kelompok.

- Kelompok Primer dan Sekunder.

Charles Horton Cooley pada tahun 1909 merumuskan yang dikutip dalam Jalaludin Rakhmat yang berjudul *Psikologi Komunikasi* mengatakan bahwa :

> kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita. (Rakhmat, 2011:140)

Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage* (perilaku yang kita tampakkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
2. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
3. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok primer adalah sebaliknya.
4. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.

5 Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.

- Kelompok Keanggotaan dan Kelompok Rujukan.

Theodore Newcomb (1930) melahirkan istilah kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standard) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.

Menurut teori, kelompok rujukan mempunyai tiga fungsi: fungsi komparatif, fungsi normatif, dan fungsi perspektif. Saya menjadikan Islam sebagai kelompok rujukan saya, untuk mengukur dan menilai keadaan dan status saya sekarang (fungsi komparatif. Islam juga memberikan kepada saya norma-norma dan sejumlah sikap yang harus saya miliki-kerangka rujukan untuk membimbing perilaku saya, sekaligus menunjukkan apa yang harus saya capai (fungsi normatif). Selain itu, Islam juga memberikan kepada saya cara memandang dunia ini-cara mendefinisikan situasi, mengorganisasikan pengalaman, dan memberikan makna pada berbagai objek, peristiwa, dan orang yang saya temui (fungsi perspektif). Namun Islam bukan satu-satunya kelompok rujukan saya. Dalam bidang ilmu, Ikatan

Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) adalah kelompok rujukan saya, di samping menjadi kelompok keanggotaan saya. Apapun kelompok rujukan itu, perilaku saya sangat dipengaruhi, termasuk perilaku saya dalam berkomunikasi.

- Kelompok Deskriptif dan Kelompok Persekriptif

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan peskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga: *a*. kelompok tugas; b. kelompok pertemuan; dan *c.* kelompok penyadar. Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan

kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.

2.1.3.2 Pengaruh Kelompok pada Perilaku Komunikasi

- Konformitas *(Conformity)*

Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok-yang real atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Jadi, kalau anda merencanakan untuk menjadi ketua kelompok,aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga.

- Fasilitasi Sosial

Fasilitasi (dari kata Prancis *facile*, artinya mudah) menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonz (1965) menjelaskan bahwa kehadiran orang lain-dianggap-menimbulkan

efek pembangkit energi pada perilaku individu. Efek ini terjadi pada berbagai situasi sosial, bukan hanya didepan orang yang menggairahkan kita. Energi yang meningkat akan mempertingi kemungkinan dikeluarkannya respon yang dominan. Respon dominan adalah perilaku yang kita kuasai. Bila respon yang dominan itu adalah yang benar, terjadi peningkatan prestasi. Bila respon dominan itu adalah yang salah, terjadi penurunan prestasi. Untuk pekerjaan yang mudah, respon yang dominan adalah respon yang banar; karena itu, peneliti-peneliti melihat melihat kelompok mempertinggi kualitas kerja individu.

- Polarisasi

Polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Sebaliknya, bila sebelum diskusi para anggota kelompok agak menentang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan menentang lebih keras.

2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keefektifan Kelompok

Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan: *a.* melaksanakan tugas kelompok, dan *b*. memelihara moral anggota-anggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja

kelompok-disebut prestasi (*performance*) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfacation*). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok. Untuk itu faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu:

1. Ukuran Kelompok.
2. Jaringan Komunikasi.
3. Kohesi Kelompok *(Group Cohesiveness)*
4. Kepemimpinan (Jalaludin Rakhmat, 2011:158-164).

2.1.4 Tinjauan Strategi Komunikasi

Pemerintah dalam membuat suatu program memerlukan adanya strategi komunikasi yang baik dalam menyampaikan program yang di miliki oleh pemerintah kepada calon petani calon lahan. Strategi komunikasi bisa disebut suatu perencanaan pemerintah dalam mencapai keberhasilan pada program yang dimiliki agar tersampaikan dengan baik.

Cangara menjelaskan dalam bukunya yang berjudul Perencanaan dan Strategi Komunikasi bahwa :

> "Kata strategi berasal dari bahasa yunani klasik yaitu *"stratos"* yang artinya tentara dan kata "agein" yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi yang dimaksudkan adalah

> memimmpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral *(The Art of General),* atau suatu rancangan yang teraik untuk memenangkan peperangan." (Cangara, 2013:61).

Marthin-Anderson juga merumuskan yang dikutip oleh Cangara Hafied pada buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi :

> "Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi atau pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien". (Anderson dalam Cangara, 2013 : 61).

Komunikasi yang menghasilkan suatu pencapaian yang dituju itu didasari pada strategi komunikasi yang baik dan proses penerapannya secara keseluruhan dan sesuai pada tahapan – tahapannya. Seperti yang di definisikan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek,* strategi komunikasi adalah:

> "Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan *(planning)* dan manajemen *(management)* untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut srategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana oprasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro *(flamed multi media strategi)* maupun secara mikro *(single communication medium strategi)* mempunyai fungsi ganda". (Effendy, 2015 : 32).

Strategi komunikasi akan dijadikan suatu pijakan dalam mengelola proses interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi agar

efektif dan efesien dalam mencapai tujuan didirikannya. Dengan perencanaan strategi komunikasi yang matang maka diharapkan program pemerintah tersebut berjalan dengan baik sehingga mempererat hubungan antara pemerintah dan petani perkebunan dan peternakan dapat berjalan dengan lancar. Rasa saling pengertian itu akan menimbulkan rasa saling mempercayai sehingga memberikan wawasan kepada calon petani calon lahan dalam melakukan pekerjaannya. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang dinginkan.

Apabila strategi komunikasi tersebut berhasil dilakukan dan tujuan yang dicapai maka komunikasi yang terjadi sudah efektif karena terjadi saling pengertian antara komunikator dan komunikan dimana apa yang diharapkan dan diinginkan oleh komunikator dapat mengubah sikap komunikannya. Bila strategi komunikasi yang dilancarkan berjalan sesuai dengan yang diharapkan maka keadaan yang harmonis dapat muncul seperti rasa saling menghargai antara pemerintah dan calon petani calon lahan atau sebaliknya sebagai pengetahuan serta wawasan dalam melakukan pekerjaan sebagai petani perkebunan dan peternakan.

2.1.4.1 Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi karangan Effendy yang mengutip tujuan sentral strategi komunikasi dari R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya yang berjudul *Techniques for Effective Communication* terdiri dari 3 tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding,* yaitu memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya.
2. *To establish acceptance,* yaitu setelah ia mengerti dan menerima pesan tersebut maka ia harus dibina.
3. *To motivate action,* setelah menerima dan dibina akhirnya kegiatan tersebut dimotivasikan.

(Pace, Peterson, dan Burnett dalam Effendy, 2015 : 32)

2.1.4.2 Fungsi Strategi Komunikasi

Bila dilihat dari fungsinya, maka baik secara makro maupun secara mikro, strategi komunikasi mempunyai fungsi ganda, yaitu:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, *persuasive* dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani "kesenjangan budaya" (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudian di operasionalkannya media massa begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. (Effendy, 2015 : 34).

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung, serta penghambat pada setiap komponen tersebut. Hal yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi adalah sebagai berikut.

1. Mengenali Sasaran Komunikasi

   Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari terlebih dahulu siapa-siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi.

2. Pemilihan Media Komunikasi

   Untuk mencapai sasaran komunikasi, dapat dipilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, kesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

   Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu seperti menentukan teknik yang harus digunakan, isi yang akan disampaikan, dan bahasa yang harus digunakan.

4. Peranan Komunikator Dalam Komunikasi

   Ada dua faktor penting yang perlu diperhatikan pada diri komunikator saat ia menyampaikan pesan, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber. (Effendy, 2015: 35-38).

2.1.5 Tinjauan Tentang Budi Daya Tanaman

Istilah teknik budidaya tanaman diturunkan dari pengertian kata-kata teknik, budidaya, dan tanaman. Teknik memiliki arti pengetahuan atau kepandaian membuat sesuatu, sedangkan budidaya bermakna usaha yang memberikan hasil. Kata tanaman merujuk pada pengertian tumbuh-tumbuhan yang diusahakan manusia, yang biasanya telah melampaui proses domestikasi.

Teknik budidaya tanaman adalah proses menghasilkan bahan pangan serta produk-produk agroindustri dengan memanfaatkan sumberdaya tumbuhan. Cakupan obyek budidaya tanaman meliputi tanaman pangan, hortikultura, dan perkebunan.

Sebagaimana dapat dilihat, penggolongan ini dilakukan berdasarkan objek budidayanya :

1. Budidaya tanaman, dengan obyek tumbuhan dan diusahakan pada lahan yang diolah secara intensif.
2. Kehutanan, dengan obyek tumbuhan (biasanya pohon) dan diusahakan pada lahan yang setengah liar.

Kegiatan pertanian (budidaya tanaman) merupakan salah satu kegiatan yang paling awal dikenal peradaban manusia dan mengubah total bentuk kebudayaan. Para ahli prasejarah umumnya bersepakat bahwa pertanian pertama kali berkembang sekitar 12.000 tahun yang lalu dari kebudayaan di daerah “bulan sabit yang subur” di Timur Tengah, yang meliputi daerah lembah Sungai

Tigris dan Eufrat terus memanjang ke barat hingga daerah Suriah dan Yordania sekarang. Bukti-bukti yang pertama kali dijumpai menunjukkan adanya budidaya tanaman biji-bijian (serealia, terutama gandum, kurma dan polong-polongan pada daerah tersebut.

Pada saat itu, 2000 tahun setelah berakhirnya Zaman Es terakhir di era Pleistosen, di dearah ini banyak dijumpai hutan dan padang yang sangat cocok bagi mulainya pertanian. Budidaya tanaman telah dikenal oleh masyarakat yang telah mencapai kebudayaan batu muda (neolitikum), perunggu dan megalitikum.

Pertanian mengubah bentuk-bentuk kepercayaan, dari pemujaan terhadap dewa-dewa perburuan menjadi pemujaan terhadap dewa-dewa perlambang kesuburan dan ketersediaan pangan. Teknik budidaya tanaman lalu meluas ke barat (Eropa dan Afrika Utara, pada saat itu Sahara belum sepenuhnya menjadi gurun) dan ke Timur (hingga Asia Timur dan Asia Tenggara). Bukti-bukti di Tiongkok menunjukkan adanya budidaya jewawut (millet) dan padi sejak 6000 tahun sebelum Masehi.

Masyarakat Asia Tenggara telah mengenal budidaya padi sawah paling tidak pada saat 3000 tahun SM dan Jepang serta Korea sejak 1000 tahun SM. Sementara itu, masyarakat benua Amerika mengembangkan tanaman dan hewan budidaya yang sejak awal sama sekali berbeda. Budidaya sayur-sayuran dan

buahbuahan juga dikenal manusia telah lama. Masyarakat Mesir Kuno (4000 tahun SM) dan Yunani Kuno (3000 tahun SM) telah mengenal baik budidaya anggur dan zaitun.

Teknik budidaya tanaman pada zaman dahulu tidak dikelompokkan kedalam teknik budidaya, karena pada saat itu belum melakukan tindak budidaya tanaman, karena sifatnya masih mengumpulkan dan mencari bahan pangan.

Suatu kegiatan dimasukkan kedalam tindak budidaya dikatakan apabila telah melakukan 3 hal pokok yaitu;

1. Melakukan pengolahan tanah
2. Pemeliharaan untuk mencapai produksi maksimum
3. Tidak berpindah-pindah

Pada umumnya kegiatan budidaya tanaman terkait dengan tingkat pengetahuan manusia pada masa itu. Relevansi dari peradaban tersebut terwujud pada kesadaran untuk melaksanakan tindak budidaya. Tindak awal dari dimulainya teknik budidaya dimulai dengan menetapnya seorang peladang menempati suatu areal pertanaman tertentu.

Teknik budidaya yang sudah maju ditandai oleh adanya:

1. Lapang produksi
2. Pengelolaan yang berencana
3. Memiliki minat untuk mencapai produksi maksimum dengan menerapkan berbagai ilmu dan teknologi.

Tingkatan teknik budidaya tanaman berjenjang dari yang paling sederhana sampai yang maju/canggih. Nilai kegiatan budidaya tersebut tergantung pada tingkat ketiga dari teknik budidaya. Tingkatan tindak budidaya tanaman dicerminkan juga oleh tingkatan pengelolaan lapang produksi. Pengelolaan yang paling sederhana sampai pengelolaan yang paling maju, yaitu teknik budidaya yang telah melakukan pengelolaan terhadap unsur iklim, air, tanah dan udara.

Pada kelompok ini pelaku budidaya telah dapat mengestimasi produksi maksimumnya dan panen yang tepat waktu. Sebagaimana diketahui ketepatan saat panen sangat menentukan nilau jual suatu produk. Intensifikasi dalam pengelolaan lapang produksi diikui juga oleh meningkatnya sarana agronomi baik bahan atau jasa.

2.1.6 Tinjauan Tentang Tanaman Indigofera Sp

Pakan ternak adalah salah satu komponen utama dalam budidaya ternak yang mencapai 70% dari total biaya produksi. Selama ini peternak menggunakan konsentrat untuk memenuhi kebutuhan protein pakan. Salah satu usaha untuk menekan biaya pakan adalah dengan menggunakan bahan pakan alternatif yang lebih mudah dan murah namun memiliki kualitas kandungan gizi yang tidak kalah dengan konsentrat.

Indigofera Sp merupakan tanaman dari kelompok kacangan dengan genus Indigofera dan memiliki 700 spesies yang tersebar di Benua Afrika, Asia dan Amerika Utara. Sekitar tahun 1900 Indigofera sp dibawa ke Indonesia, oleh kolonial Eropa serta terus berkembang secara luas (Tjelele 2006). Tanaman ini dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak yang kaya akan nitrogen, fosfor dan kalsium. Indigofera Sp mengandung pigmen indigo, yang sangat penting untuk pertanian komersial pada daerah tropic dan sub tropic, selanjutnya dapat digunakan sebagai hijauan pakan ternak dan suplemen kualitas tinggi untuk ternak ruminansia (Haude, 1997).

Indigofera sp. sangat baik dimanfaatkan sebagai hijauan pakan ternak dan mengandung protein kasar 27,9%, serat kasar 15,25%, kalsium 0,22% dan fosfor 0,18%. Legum Indigofera Sp. memiliki kandungan protein yang tinggi, toleran terhadap musim kering, genangan air dan tahan terhadap salinitas (Hassen et al., 2007). Dengan kandungan protein yang tinggi (26% - 31%) disertai kandungan serat yang relatif rendah dan tingkat kecernaan yang tinggi (77%) tanaman ini sangat baik sebagai sumber hijauan baik sebagai pakan dasar maupun sebagai pakan suplemen sumber protein dan energi, terlebih untuk ternak dalam status produksi tinggi (laktasi).

Karena toleran terhadap kekeringan, maka Indigofera Sp. dapat dikembangkan di wilayah dengan iklim kering untuk mengatasi terbatasnya ketersediaan hijauan terutama selama musim kemarau. Keunggulan lain tanaman ini adalah kandungan tanninnya sangat rendah berkisar antara 0,6 – 1,4 ppm (jauh di bawah taraf yang dapat menimbulkan sifat anti nutrisi). Rendahnya kandungan tannin ini juga berdampak positif terhadap palatabilitasnya (disukai ternak).

Tanaman Indigofera Zollingeriana adalah salah satu jenis tanaman legum yang memiliki kandungan protein tinggi mencapai 25-31%, Total Digestible Nutrient (TDN) minimal 70%. Hasil peneilitian juga menunjukkan bahwa Konsentratsebagai sumber protein mengandung nilai protein lebih dari 18%, dan TDN adalah 60%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indigofera Zollingeriana memiliki kandungan gizi yang tidak kalah dengan konsentrat bahkan lebih baik dibandingkan konsentrat. Oleh karena itu tanaman Indigofera disebut juga dengan "KONSENTRAT HIJAU".

Tanaman Indigofera Zollingeriana juga memiliki bebrapa kelebihan antara lain adalah mudah dibudidayakan dan dapat tumbuh dengan baik hingga ketinggian 1200 m di atas permukaan laut, mudah dikembangkan menggunakan benih, tahan terhadap

kekeringan, perakarannya dalam dan dapat mempertahankan kesuburan tanah sehingga sangat cocok untuk konservasi lahan, masa panen yang pendek yaitu 4 bulan. Selain itu Indigofera Zollingeriana, dapat dipanen setiap 40-60 hari sekali, produksi hijauan segar mencapai 10-20 ton per panen per hektar, dapat digunakan untuk bahan pakan berbagai ternak antara lain sapi, kerbau, kuda, kambing, domba, kelinci dan unggas sehingga dapat meningkatkan produksi dan kualitas daging, telur dan susu, serta menghasilkan produk pangan hewani yang sehat karena rendah kolesterol dan kandungan vitamin lebih tinggi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema peneletian yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat pada Program Pengembangan Budi Daya Tanaman Indigofera melalui sosialisasi yang ingin memberikan wawasan kepada calon petani calon lahan mengenai budi daya tanaman indigofera, dan bagaimana upaya agar calon petani calon lahan di Banjaran, Kabupaten Bandung Barat ikut berpartisipasi dalam budi daya tanaman Indigofera. Dalam upaya pengembangan

budi daya tanaman Indigofera tersebut, maka di penelitian ini peneliti ingin mengetahui Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat dalam penyusunan perencanaan, pesan, tujuan, dan media yang digunakan pada program pengembangan budi daya tanaman Indigofera, sejauh mana calon petani calon lahan di Banjaran, Kabupaten Bandung Barat mengetahui strategi komunikasi tersebut, dimana perencanaan dan pesan penyusunan rencana di Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat, proses penyampaian pesan maupun *feedback* oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat dan calon petani calon lahan yang akan disampaikan pada Program Pengembangan Budi Daya Tanaman Indigofera serta calon petani calon lahan yang akan dilibatkan secara langsung. Agar mengetahui bagaimana cara budi daya tanaman Indigofera tersebut dimanfaatkan dengan baik, serta kesejahteraan untuk calon petani calon lahan yang ingin dibangun oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat yang menjadi jendela komunikasi tentang pembangunan perkebunan di Jawa Barat.

Dari penelitian ini peneliti mengambil definisi strategi menurut Onong Uchjana Effendy yang mengatakan bahwa :

> "Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan *(planning)* dan manajemen *(management)* untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro *(flamed multi media strategi)* maupun secara mikro *(single communication medium strategi)* mempunyai fungsi ganda". (Effendy, 2015 : 32).

Melihat dari definisi Strategi Komunikasi diatas, untuk menimbulkan strategi komunikasi Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat pada Program Pengembangan Budi Daya Tanaman Indigofera melalui sosialisasi dalam pemberian wawasan mengenai budi daya tanaman Indigofera kepada calon petani calon lahan di Banjaran, Kabupaten Bandung Barat, strategi komunikasi melalui perencanaan, tujuan, pesan, serta media yang dijadikan sebagai subfokus oleh peneliti untuk mengukur permasalahan yang akan diteliti. Adapun penjelasan atau pengertian dari ke empat subfokus tersebut adalah :

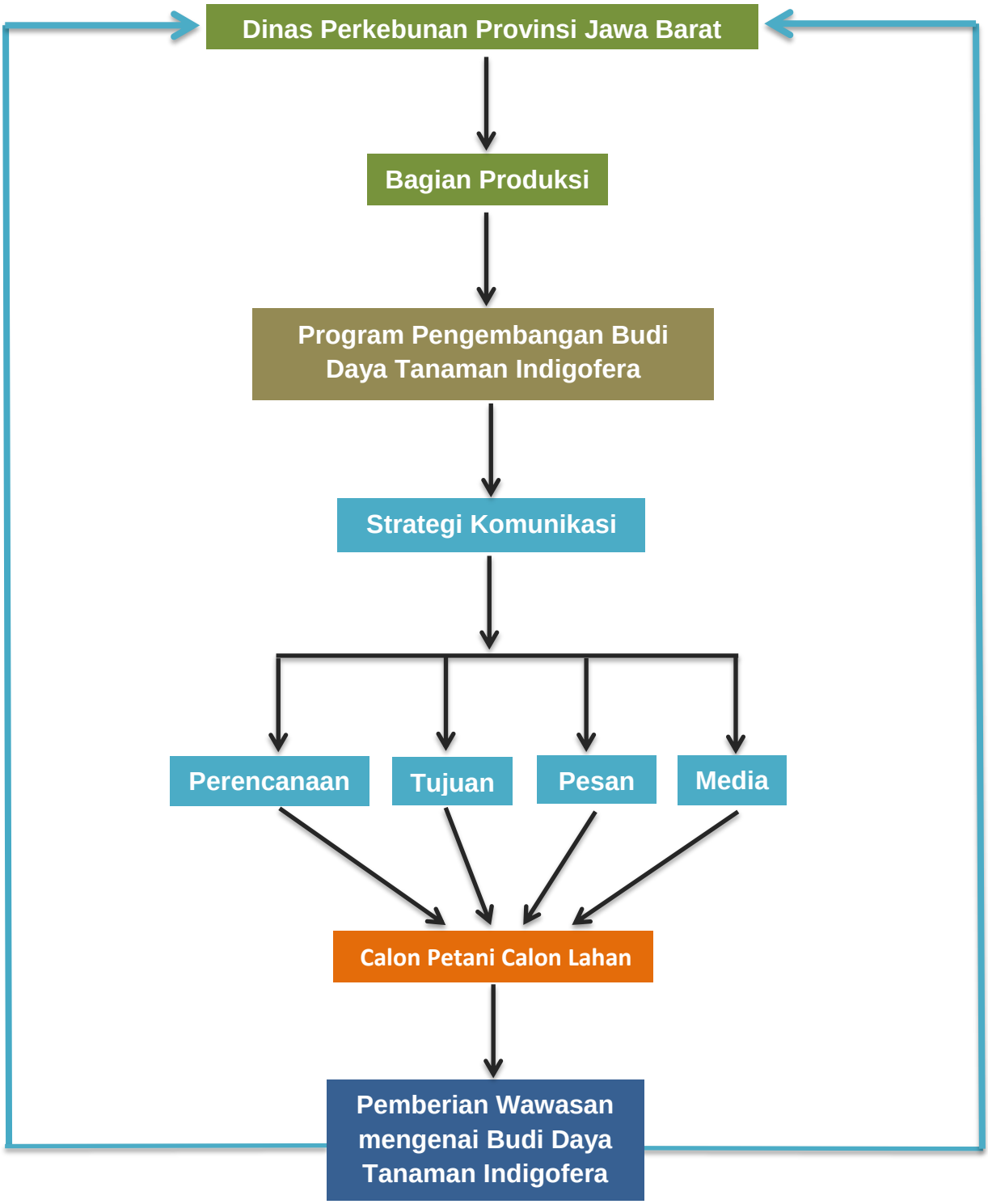
1. **Perencanaan**: Melakukan Penyusunan rencana yakni dengan beberapa tahapan yang dilakukan seperti Rapat Kordinasi, menentukan Calon Petani Calon Lahan pada Tanaman Indigofera, Bimbingan Teknis dalam budi daya tanaman Indigofera, melakukan sosialisasi guna memberikan wawasan kepada calon petani calon lahan, mendatangkan narasumber dari akademisi IPB Bogor itu semua termasuk kedalam perencanaan Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat.
2. **Tujuan**: Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat Memiliki tujuan yang ingin dicapai yakni untuk mensejahterakan masyarakat di Jawa barat dengan memanfaatkan budi daya tanaman indigofera untuk pakan ternak serta meminimalisir biaya untuk pakan ternak yang dilakukan oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat Pada program Pengambangan Budi Daya Tanaman Indigofera melalui sosialisasi dalam memberikan wawasan mengenai Budi Daya Tanaman Indigofera kepada Calon Petani Calon Lahan di Banjaran, Kabupaten Bandung Barat.

3. **Pesan** : Proses penyusunan pesan yang ingin disampaikan mengenai informasi dalam memanfaatkan tanaman Indigofera melalui sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat yang disampaikan pada program Pengambangan Budi Daya Tanaman Indigofera dalam memberikan wawasan mengenai Budi Daya Tanaman Indigofera kepada Calon Petani Calon Lahan di Banjaran, Kabupaten Bandung Barat.
4. **Media** : Saluran penyampaian pesan atau informasi menggunakan dengan media yang sederhana seperti Media elektronik pengirim pesan *(Whatsaap),* Infokus untuk presentasi di ruangan atau diluar ruangan dengan narasumber ketika sosialisasi dan Media Cetak Brosur serta Media *Online* website *(disbun.jabarprov.go.id)* yang dilakukan oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat pada program Pengambangan Budi Daya Tanaman Indigofera melalui sosialisasi dalam memberikan wawasan mengenai Budi Daya Tanaman Indigofera kepada Calon Petani Calon Lahan di Banjaran, Kabupaten Bandung Barat.

Dari penjelasan diatas, peneliti mencoba mengaplikasikannya dalam gambar mengenai kerangka pemikiran yang dapat dilihat di bawah ini :

Gambar 2.1

Alur Pikir Penelitian



Sumber. Data Peneliti, 2017