

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Landasan Teori

#### 1. Pengertian Peran Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) peranan adalah yang diperbuat, tugas, hal yang besar pengaruhnya pada suatu peristiwa tertentu. Pengertian peranan menurut Soerjono Soekanto (2002:243), yaitu peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Peranan sangat penting dalam mengatur perilaku seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan orang lain. Dengan demikian orang yang bersangkutan dapat menyesuaikan perilaku sendiri dengan perilaku orang lain dan kelompoknya. Sehingga dapat disimpulkan peranan adalah mencakup tindakan ataupun perilaku yang dilaksanakan oleh seseorang yang menempati suatu posisi didalam status sosial. Peranan memiliki aspek-aspek sebagai berikut:

- a) Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat.
- b) Peranan adalah suatu konsep perihal yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- c) Peranan juga dapat diartikan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Komunikasi adalah proses penyampaian perasaan, pendapat, pemikiran, ide / ide seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai distributor. Komunikasi sangat penting untuk dibangun antara penyuluh pertanian dan pelaku usaha pertanian untuk mendapatkan solusi dari masalah yang terjadi. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna (Effendi, OnongUchjana, 1995: 9 dalam Maya Sari 2018)

Dengan demikian, pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah tersebut mengabaikan komunikasi yang tidak sengaja atau direncanakan, seperti mimik muka, nada suara, gerakan tubuh dan sebagainya yang dilakukan secara

spontan. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep komunikasi sebagai proses satu arah memfokuskan pada penyampaian pesan secara efektif dan menjelaskan bahwa kegiatan komunikasi bersifat persuasif (Mulyana, 2001: 61-62 Dalam Syuhada 2020).

Hampir segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh manusia selalu memiliki tujuan tertentu, begitu juga dengan kegiatan komunikasi. Menurut Joseph Devito tujuan utama komunikasi yang dilakukan secara sadar maupun tidak sadar memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menemukan

Maksud dari menemukan ialah menyangkut penemuan diri (Personal Discovery). Pada saat berkomunikasi dengan orang lain, kita belajar mengenai diri kita sendiri selain juga tentang orang lain.

2. Berhubungan

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan energi komunikasi kita untuk membina dan memelihara hubungan sosial.

3. Meyakinkan

Maksud meyakinkan disini dapat dilihat dari kita menghabiskan banyak waktu untuk melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Dalam perjumpaan antarpribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain.

4. Bermain

Kita menggunakan perilaku banyak komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Demikian pula banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain. Ada kalanya hiburan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan cara untuk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain.

Komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan

kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama dan bahasa (Deddy Mulyana, 2014:46).

Pada dasarnya, komunikasi dilakukan secara verbal oleh dua belah pihak dilakukan lebih dari satu orang agar dapat dimengerti pesan yang disampaikan satu dengan yang lain. Tanpa adanya bahasa verbal antara kedua belah pihak (lebih dari satu orang), komunikasi satu dengan yang lain masih dapat dilakukan dengan cara menggerakkan tubuh dan menunjukkan sikap tertentu, seperti menggerakkan kepala ke atas dan ke bawah, menunjuk sesuatu dengan tangan, melambaikan tangan, mengangkat bahu, dan tersenyum. Hal seperti ini disebut sebagai komunikasi nonverbal.

Komunikasi merupakan media penting bagi pembentukan atau pengembangan pribadi dan untuk kontak sosial. Melalui komunikasi kita tumbuh dan belajar, kita menemukan pribadi kita dan orang lain, kita bergaul, bersahabat, mencintai atau mengasihi orang lain, dan sebagainya. Komunikasi yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari terjadi dalam beberapa bentuk, seperti komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa. Semua itu terkait dan dipengaruhi beberapa hal seperti lingkungan dan hal lainnya. Komunikasi merupakan keharusan bagi manusia dalam rangka membentuk atau melakukan pertukaran informasi. Termasuk dalam proses pertukaran informasi secara pribadi, baik berupa gagasan, ide, atau pendapat diri (Syuhada 2020).

Kegiatan komunikasi selain memiliki tujuan juga memiliki fungsi, beberapa ahli komunikasi mengungkapkan banyak fungsi komunikasi sesuai dengan perspektif masing-masing. Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi mengungkapkan empat fungsi komunikasi, diantaranya:

a) Komunikasi sosial

Dari fungsi komunikasi sosial ini mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

b) Komunikasi ekspresif

Komunikasi ini digunakan untuk menyampaikan dan meluapkan emosi dan perasaan-perasaan yang berkenaan dengan ekspresi.

c) Komunikasi ritual

Komunikasi ini biasanya dilakukan secara kolektif, komunikasi ini dilakukan untuk kegiatan ritual-ritual seperti pernikahan dan ibadah yang sifatnya simbolik.

d) Komunikasi instrumental

Komunikasi ini memiliki tujuan diantaranya adalah: mengajar, menginformasikan, mendorong, mengubah sikap, mengubah perilaku dan juga menghibur. semua tujuan tersebut dapat dikatakan membujuk atau dengan istilah lain komunikasi persuasif. Fungsi komunikasi instrumental merupakan komunikasi yang mempunyai tujuan untuk pendidikan dan bersifat persuasif. Komunikasi persuasif mampu mencakup komunikasi dengan tujuan yang luas. Sedangkan dalam bukunya Onong yang berjudul “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi” disebutkan fungsi komunikasi untuk menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), mempengaruhi (*to influence*). (Zaenuri 2017).

## 2. Komunikasi Vertikal

Di dalam komunikasi terdapat arus informasi. Menurut De Vito (2011) dalam Evellina (2017), arus informasi dalam komunikasi organisasi terdiri dari komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah (sering disebut vertikal) dan komunikasi lateral, selain informasi samar (kabar burung) dan juga pada sebab dan akibat adanya kepadatan informasi. Komunikasi ke atas merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi; misalnya, para pelaksana ke manajer, atau daripada dosen ke dekan fakultas. Jenis komunikasi ini biasanya mencakup

- 1) kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, hal yang sedang terjadi di pekerjaan, seberapa jauh pencapaian, hal yang masih harus dilakukan, dan masalah lain yang serupa;
- 2) masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang belum terjawab;

- 3) berbagai gagasan untuk perubahan dan saran-saran perbaikan; dan perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerja lainnya, dan masalah lain yang serupa.

### **3. Informasi**

Menurut Tata Sutabri (2014) dalam Nazahah (2018), “Informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Sistem pengolahan informasi akan mengolah data menjadi informasi atau mengolah data dari bentuk tak berguna menjadi berguna bagi yang menerimanya” Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber akan mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang. Seseorang banyak memperoleh informasi maka ia cenderung mempunyai pengetahuan yang luas. Semakin sering orang membaca, maka pengetahuannya akan lebih baik daripada hanya sekedar mendengar atau melihat saja (Notoatmodjo, 2003).

Roger (1983) dalam Rahmawati (2015) menyatakan bahwa sumber informasi ini yang mempengaruhi kelima komponen (*Self Efficacy, response, effectiveness, severity, vulnerability, dan fear*), yang kemudian akan mendapatkan salah satu dari *adaptive coping response* (contoh: sikap atau niat dalam berperilaku) atau *maladaptive coping response* (contoh: menghindar, menolak). Teori tersebut mengatakan bahwa semakin seseorang mendapatkan informasi dari berbagai sumber maka kecenderungan seseorang akan mengambil sikap yang baik pula mengenai suatu hal.

### **4. Pengertian Penyuluhan Pertanian**

Istilah alternatif untuk penyuluhan dalam bahasa Belanda, digunakan kata *voorlichting* yang berarti memberi penerangan untuk menolong seseorang menemukan jalannya. Istilah ini digunakan pada masa kolonial bagi negara-negara jajahan Belanda, walaupun sebenarnya penyuluhan diperlukan oleh kedua pihak. Indonesia misalnya, mengikuti cara Belanda dengan menggunakan kata penyuluhan, sedangkan Malaysia yang dipengaruhi bahasa Inggris menggunakan kata perkembangan. Bahasa Inggris dan Jerman masing-masing mengistilahkan sebagai pemberian saran atau *Beratung* yang berarti seorang pakar dapat memberikan petunjuk (Dari berbagai pandangan masih ditemukan beberapa

kesamaan persepsi, menurut (Van den Ban & Hawkins, 2011: 25) satu diantaranya, yaitu bahwa “penyuluhan merupakan keterlibatan seseorang untuk melakukan komunikasi informasi secara sadar dengan tujuan membantu sesamanya memberikan pendapat sehingga bisa membuat keputusan yang benar” Disini terlihat adanya keterkaitan antara komunikasi dengan penyuluhan.

Oleh Van den Ban dan Hawkins, (2011: 28) penyuluhan secara sistematis dapat didefinisikan sebagai proses yaitu:

- 1) Membantu menganalisis situasi yang sedang dihadapi dan melakukan perkiraan ke depan.
- 2) Membantu petani menyadarkan terhadap kemungkinan timbulnya masalah dari analisis tersebut.
- 3) Meningkatkan pengetahuan dan mengembangkan wawasan terhadap suatu masalah, serta membantu menyusun kerangka berdasarkan pengetahuan yang dimiliki petani.
- 4) Membantu petani memperoleh pengetahuan yang khusus berkaitan dengan cara pemecahan masalah yang dihadapi serta akibat yang ditimbulkannya sehingga mereka mempunyai berbagai alternatif tindakan.
- 5) Membantu petani memutuskan pilihan yang tepat yang menurut pendapat mereka sudah optimal.
- 6) Meningkatkan motivasi petani untuk dapat menerapkan pilihannya.
- 7) Membantu petani untuk mengevaluasi dan meningkatkan keterampilan mereka dalam membentuk pendapat dan mengambil keputusan.

Dengan melihat rangkaian proses ini, untuk keberhasilannya tidak menjadi tanggung jawab penyuluh pertanian sepenuhnya, tapi juga peran aktif dari petani. Agar semua proses berjalan dengan lancar tanpa hambatan, komunikasi amat berperan dalam menghubungkan penyuluh dengan petani.

## **5. Unsur-Unsur Komunikasi dalam Penyuluhan**

Suatu proses komunikasi akan dapat berlangsung dengan baik apabila terdapat unsur-unsur yang merupakan satu kesatuan. Unsur-unsur komunikasi tersebut minimal ada 3 yaitu:

- 1) Sumber / komunikator (*source/sender*) Sumber komunikasi adalah pihak yang mengirim pesan atau informasi. Dalam penyuluhan pertanian sumber ini bisa penyuluh atau agen pembaharu.
- 2) Pesan (*message*) Pesan merupakan informasi yang ditujukan kepada penerima. Dalam penyuluhan pertanian pesan ini dapat berupa materi penyuluhan. Pesan yang digunakan dalam penyuluhan pertanian didasarkan pada kebutuhan sasaran laki-laki dan perempuan.
- 3) Penerima/Komunikasi(*receiver*) Penerima adalah pihak yang menerima pesan-pesan atau informasi, yaitu pihak yang diharapkan akan berubah baik perilaku maupun kepribadiannya. Dalam penyuluhan pertanian penerima atau sasaran adalah para petani (pelaku utama) dan pelaku usaha beserta keluarganya. Karena proses penyuluhan pertanian dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metoda, teknik dan media, maka unsur komunikasi bertambah.
- 4) Saluran (*channel*) Saluran adalah jalan yang dilalui pesan yang disampaikan sumber kepada penerima. Saluran meliputi penggunaan metoda dan teknik serta penggunaan media yang relevan dengan tujuan, sasaran serta sifat pesannya. Pada umumnya semakin banyak indera yang distimuli melalui berbagai media semakin efektif proses komunikasi dalam penyuluhan pertanian. Penggunaan metoda, teknik dan media penyuluhan pertanian selain untuk meningkatkan pemahaman sasaran terhadap pesan yang disampaikan, untuk mendorong aktivitas dan kreativitas sasaran serta tumbuhnya rasa percaya diri.
- 5) Efek komunikasi merupakan respon penerima terhadap pesan-pesan yang diterima dan merupakan umpan balik (*feedback*) bagi komunikator /sumber atas pesan-pesan yang disampaikan. Efek komunikasi berupa perubahan-perubahan yang diharapkan terjadi pada sasaran akibat dari proses komunikasi. Perubahan-perubahan yang diharapkan menyangkut perubahan perilaku (pengetahuan, keterampilan, dan sikap), serta perubahan kepribadian sasaran (kemandirian, ketangguhan, kemampuan bekerjasama, percaya diri, kemampuan menempatkan diri pada posisi tawar yang kuat, dsb.). Efek komunikasi ada yang langsung bisa diketahui, misalnya perubahan pengetahuan dan keterampilan, tetapi adapula yang tidak langsung artinya

perlu waktu yang lama seperti perubahan sikap dan kepribadian. Pada komunikasi dua arah (*two way trafficts communication*) komunikator bisa memperoleh umpan balik secara langsung dibanding komunikasi yang searah.

## **6. Model Komunikasi**

### **a) Model SMCR Searah**

Pada tahun 1960, David Berlo mengemukakan suatu model komunikasi interpersonal yang dikenal dengan model SMCR (*Source, Message, Channel, Receiver*). Pada model SMCR, Sumber (*Source*) diasumsikan sebagai orang yang mempunyai informasi yang senantiasa mengirimkan informasi yang disebutnya sebagai Pesan (*Message*) kepada Penerima (*Receiver*) melalui Saluran komunikasi (*Channel*), sehingga menimbulkan perubahan perilaku pada Penerima sesuai dengan yang dikehendaki oleh Sumber. (Model Berlo 1960 Dalam Maya Sari 2018) sangat mengutamakan pada pengaruh pesan terhadap perilaku Penerima, oleh karenanya orientasinya lebih kepada bagaimana pesan harus diterima oleh Penerima sesuai kehendak Sumber. Itu sebabnya bersifat linear dan searah dalam arus pesan. Model SMCR Searah dikembangkan berdasarkan pengalaman Amerika Serikat dalam penelitian pertanian, pengembangan dan penyuluhan pertanian dalam memberikan suatu pelayanan bagi transfer teknologi. Pendekatan penyuluhan pertanian ini dicirikan oleh paradigma komunikasi Model Berlo yaitu Model SMCR.

## **7. Faktor-faktor yang mempengaruhi Peran Komunikasi Dalam Optimalisasi Penyuluhan Pertanian**

### **a. Komunikasi Internal**

Komunikasi internal didefinisikan oleh Lawrance D. Brennan dalam Munthe (2017) pertukaran gagasan diantara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau jawatan yang menyebabkan terwujudnya perusahaan atau jawatan tersebut lengkap dengan struktur yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertical didalam perusahaan atau jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung. Sedangkan menurut Yulianita, Menurut Effendy (2001:2), komunikasi internal meliputi berbagai cara yang dapat diklarifikasi sebagai berikut, yakni: komunikasi personal (*Personal*



*communication*). Komunikasi Personal adalah komunikasi dua orang dan dapat langsung dengan dua cara:

- 1) Komunikasi tatap muka (*face to face communication*) Komunikasi persona tatap muka berlangsung secara dialogis sambil saling menatap sehingga terjadi kontak pribadi (*personal contact*).
- 2) Komunikasi bermedia (*mediated communication*) Komunikasi persona bermedia adalah komunikasi dengan menggunakan alat, umpamanya talpon atau memorandum. Karena melalui alat, maka antara kedua orang tersebut tidak terjadi kontak pribadi.

Satu dari tujuan komunikasi internal adalah membantu orang untuk secara memadai melakukan pekerjaan mereka (Smith, 2005; Mayer, 2004 dalam Medina 2015). Temuan menunjukkan bahwa komunikasi internal adalah area besar penelitian yang berbeda antara organisasi dengan konten, struktur dan manajemen (Zondi, 2015).

#### **a. Komunikasi Vertikal**

Komunikasi vertikal bisa disebut juga komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas. Adapun pengertian dari komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah sebagai berikut.

##### 1) Komunikasi ke bawah

Davis dalam (Pace dan Faules, 1998: 184) menyatakan komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Biasanya kita beranggapan bahwa informasi bergerak dari manajemen kepada para pegawai; namun, dalam organisasi kebanyakan hubungan ada pada kelompok manajemen. Ada lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan (Katz & Kahn, 1966 dalam Pace dan Faules, 1998: 186):

- (1). Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan,
- (2). Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan,
- (3). Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi,
- (4). Informasi mengenai kinerja pegawai, dan
- (5). Informasi untuk mngembangkan rasa memiliki tugas (*sense of mission*).

Para pegawai diseluruh tingkat organisasi merasa perlu diberi informasi. Manajemen puncak hidup dalam dunia informasi. Kualitas dan kuantitas informasi harus tinggi agar dapat membuat keputusan yang bermanfaat dan cermat. Manajemen puncak harus memiliki informasi dari semua unit dalam organisasi, dan harus memperoleh informasi untuk semua unit. Aliran informasi dari manajemen puncak yang turun ke tingkat operatif merupakan aktifitas yang berkesinambungan dan sulit. Pemilihan cara menyediakan informasi mencakup tidak hanya pengeluaran sumber daya langsung moneter tetapi juga sumber daya psikis dan emosional. Fungsi komunikasi dari atas kebawah adalah untuk: instruksi (perintah), *briefing* (pengarahan), melakukan penilaian, penanaman ideologi, pemberian penghargaan, melakukan teguran, pemberian insentif dan tunjangan.

## 2) Komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (penyelia). Semua pegawai dalam sebuah organisasi, kecuali mungkin mereka yang menduduki posisi puncak, mungkin berkomunikasi ke atas yaitu, setiap bawahan dapat mempunyai alasan yang baik atau meminta informasi dari atau memberi informasi kepada seseorang yang otoritasnya lebih tinggi dari pada dia. Suatu permohonan atau komentar yang diarahkan kepada individu yang otoritasnya lebih besar, lebih tinggi, atau lebih luas merupakan esensi komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas penting karena beberapa alasan. Kebanyakan analisis dan penelitian dalam komunikasi ke atas menyatakan bahwa penyelia dan manajer harus menerima informasi dari bawahan mereka yang: Memberitahukan apa yang dilakukan bawahan pekerjaan mereka, prestasi, kemajuan, dan rencana-rencana untuk waktu mendatang. Menjelaskan persoalan-persoalan kerja yang belum dipecahkan bawahan yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan. Memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan. Mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka dan organisasi.

### **b. Komunikasi Horizontal**

Komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi diantara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama. Jadi, di universitas, unit kerja dapat berubah sesuai jurusan. Jurusan komunikasi, jurusan perilaku organisasi, dan jurusan ilmu pengajaran semuanya meliputi dosen-dosen yang dipimpin oleh seorang ketua jurusan. Komunikasi diantara dosen-dosen dalam sebuah jurusan disebut komunikasi horizontal. Komunikasi dosen yang satu dengan dosen yang lainnya disebut komunikasi lintas-saluran, yaitu informasi yang diberikan melewati batas-batas fungsional atas batas-batas unit kerja, dan diantara orang-orang yang satu sama lainnya tidak saling menjadi atasan dan bawahan. Tujuan komunikasi horizontal, penelitian dan pengalaman menyatakan bahwa komunikasi horizontal muncul paling sedikit karena enam alasan sebagai berikut:

- a. Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja.
- b. Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan.
- c. Untuk memecahkan masalah.
- d. Untuk memperoleh pemahaman bersama.
- e. Untuk menumbuhkan dukungan antar persona.

Pace dan Faules (2010:185) mengungkapkan hambatan-hambatan pada komunikasi horizontal banyak persamaanya dengan hambatan yang mempengaruhi komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah. Ketidakpercayaan diantara rekan-rekan kerja, perhatian yang tinggi pada mobilitas ke atas, dan persaingan dalam sumber daya dapat mengganggu komunikasi pegawai yang sama tingkatnya dalam organisasi dengan sesamanya.

Faktor utama yang mempengaruhi efektivitas komunikasi internal adalah berbagi informasi, tidak menyeluruhnya informasi yang disampaikan, tidak menghargai komunikasi, waktu dan hirarki (Chmielecki, 2015). Komunikasi adalah salah satu cara mediasi yang penting dalam kelompok. Setiap anggota kelompok memiliki tujuan yang berbeda-beda demi memajukan kelompok yang diikutinya. Untuk menyampaikan tujuan yang baik diperlukan komunikasi yang baik juga, jika tujuan tersebut tidak disampaikan dengan komunikasi yang baik maka terciptalah kesalah pahaman dalam kelompok tersebut. Komunikasi yang baik dan efektif

bertujuan untuk mencapai seluruh harapan yang ada pada anggota kelompok. Kelompok bisnis Prime Sauce yang dibentuk pada tanggal 16 Mei 2014 beranggotakan empat orang mahasiswa terdiri dari CEO, CFO, CMO, COO. *Sauce* yang diproduksi oleh Prime Sauce memiliki ciri khas oriental. Prime sauce memasok *sauce* instan dalam kemasan yang terdiri dari empat rasa, yaitu *sauce blackpepper*, *sauce* asam manis, *sauce plum*, dan *sauce* kungpao. (Swandhana, 2017).

Menurut Nathania (2014) dalam Swandhana (2017) komunikasi horizontal adalah Aliran komunikasi ini menunjukkan adanya pertukaran informasi ke samping, yaitu mengalir sesuai dengan prinsip fungsional diantara orang-orang yang sama didalam suatu organisasi. Manfaat *Horizontal Communication* menurut Nathania (2014) adalah:

Koordinasi tugas, memiliki tujuan untuk membantu anggota organisasi dalam mencapai tujuan perusahaan secara efektif.

Pemecahan masalah, sebuah masalah yang menimpa sebuah organisasi tidak akan bisa diselesaikan apabila dibicarakan oleh satu divisi saja. Sebaliknya, untuk menyelesaikan masalah tersebut dibutuhkan proses dasar *brainstroming* dari semua divisi yang ada perusahaan.

Berbagi informasi dimana setiap anggota perusahaan dibutuhkan untuk saling berbagi informasi agar mereka menjadi sadar terhadap kegiatan yang ada di perusahaan dan juga kolega mereka.

Resolusi konflik, konflik adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari. Ketika karyawan dalam sebuah perusahaan mengalami konflik, maka cara termudah untuk menyelesaikannya adalah dengan interaksi secara langsung. Sebagian besar penyebab timbulnya konflik adalah karena kesalahpahaman. Oleh karena itu harus segera diselesaikan dengan cepat dan efisien, agar dapat menyebabkan resolusi konflik.

### **c. Pendekatan Komunikasi**

Menurut Muhammad (2005) dalam Syafrianto (2019) komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Si pengirim pesan dapat berupa seorang individu, kelompok atau organisasi. Begitu juga halnya dengan si penerima pesan

dapat berupa seorang anggota organisasi, seorang kepala bagian, pimpinan, kelompok orang dalam organisasi, atau organisasi secara keseluruhan. Istilah proses maksudnya bahwa komunikasi itu berlangsung melalui tahap-tahap tertentu secara terus menerus, berubah ubah dan tidak ada henti-hentinya. Proses komunikasi merupakan proses yang timbal balik karena antara si pengirim dan si penerima saling mempengaruhi satu sama lain. Sedangkan perubahan tingkah laku maksudnya dalam pengertian yang luas yaitu perubahan yang terjadi di dalam diri individu mungkin dalam aspek kognitif, afektif atau psikomotor. Kata komunikasi menjadi salah satu kata yang paling sering digunakan dalam percakapan, baik dalam bahasa Inggris maupun bahasa Indonesia. Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata *communico* yang artinya membagi.

Terdapat tiga pendekatan dalam kajian komunikasi, yaitu pendekatan ilmiah, pendekatan humaniora, dan pendekatan ilmu-ilmu sosial. Semua pendekatan tersebut dilakukan secara sistematis, dengan memberikan berbagai penjelasan dan prediksi ke depan, dengan tujuan untuk menemukan kebenaran ilmu pengetahuan. Karena itu, dalam hal ini digunakan fakta-fakta empiris yang bersifat logis, sistematis, objektif, dan universal. Fokus studi komunikasi menitik beratkan pada pemahaman tingkah laku manusia dalam memproduksi, mentransformasi dan menginterpretasikan pesan untuk suatu tujuan. Dalam kaitan ini terdapat empat perspektif komunikasi, yaitu perspektif mekanistik, perspektif psikologis, perspektif interaksionis dan perspektif pragmatis. Pengaruh konsep-konsep ilmu fisika sangat kelihatan pada perspektif mekanistik. Kemudian pengaruh psikologi paling jelas pada perspektif psikologis. Sedangkan pengaruh sosiologi kelihatan pada perspektif interaksional dan perspektif pragmatis (Thamrin, 2017).

#### **d. Saluran Komunikasi**

Saluran komunikasi, adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah

saluran interpersonal. Komunikasi merupakan proses pengiriman pesan atau informasi oleh komunikator atau penyuluh kepada komunikan atau petani tetapi dalam proses pengiriman tersebut dibutuhkan suatu keterampilan dalam memaknai pesan baik oleh komunikator ataupun komunikan sehingga dapat membuat sukses pertukaran informasi. Komunikasi dan metode penyuluhan yang dipakai merupakan hal terpenting dalam suatu kegiatan penyuluhan agar terciptanya kondisi yang diharapkan dari kegiatan penyuluhan tersebut.

Namun dalam proses penyuluhan ini dibutuhkan. Komunikasi yang efektif terjadi apabila mempunyai pemahaman informasi yang sama antara setiap anggota kelompok dalam penerimaan informasi. Efektifitas penyuluhan melalui komunikasi dan peningkatan ketrampilan petani melalui kelompok-kelompok akan memberikan hasil yang optimal. Berkaitan dengan ini maka pemerintah telah mencanangkan program pengembangan kelembagaan kelompok yang mendapat pembinaan secara intensif dan kontinu dari pemerintah (Rintjap, 2015) dalam Rusdy (2017). Keahlian dan keterampilan berkomunikasi bagi seorang penyuluh dalam mensosialisasikan program-program yang ingin dijalankan (Rasyid, 2012) dalam Rusdy (2017).

## **B. Hasil Pengkajian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang berkaitan/relevan dengan pengkajian ini. Fungsi dari penelitian terdahulu adalah sebagai bahan rujukan untuk melihat perbandingan dan mengkaji ulang hasil penelitian serupa yang pernah dilakukan, juga untuk melihat hasil berdasarkan penggunaan atribut atau dimensi dan metode yang digunakan.

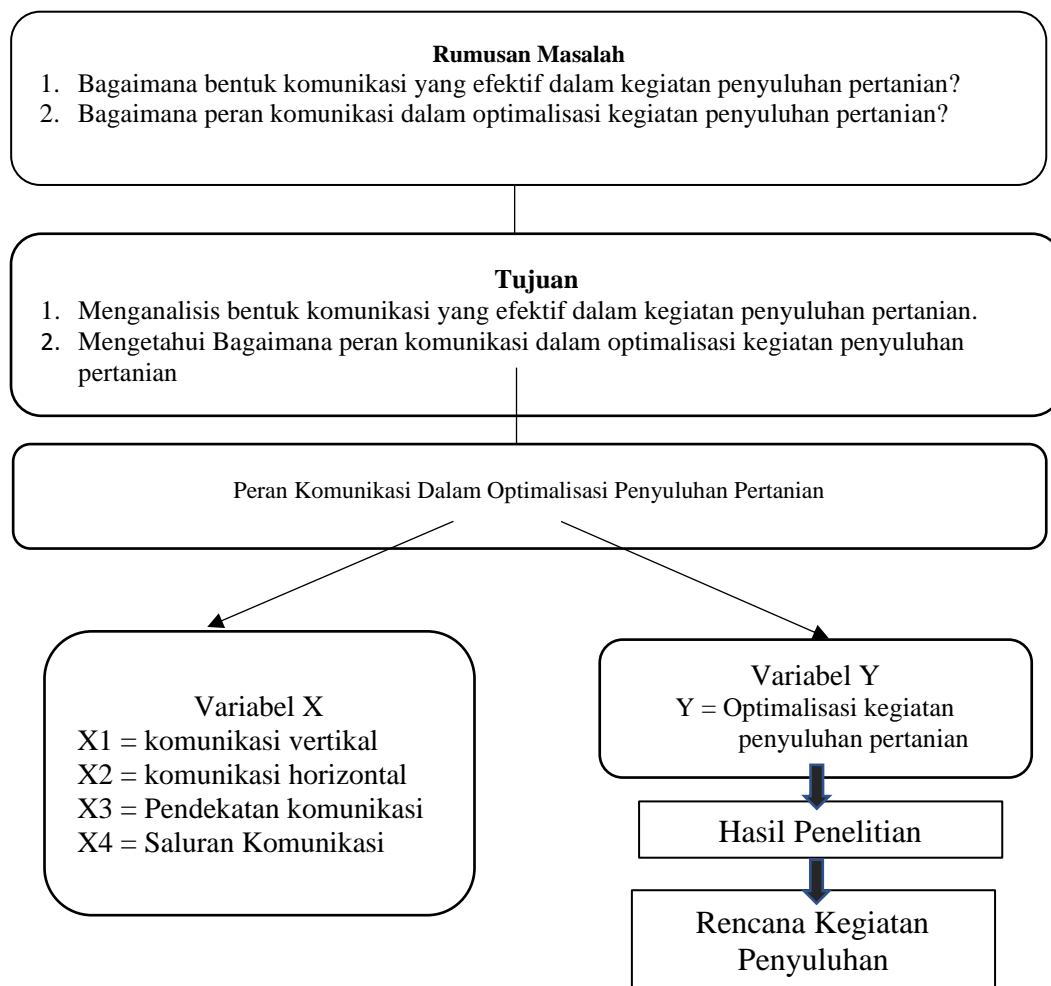
1. Penelitian terdahulu oleh Selly Oktarina (2019) dengan judul “Persepsi Petani Terhadap Strategi Komunikasi Penyuluh Dalam Pemanfaatan Media Informasi Di Era Digital tujuan penenelitian yaitu untuk mendeskripsikan persepsi petani terhadap strategi komunikasi penyuluh dalam pemanfaatan media informasi dan mengukur tindakan komunikasi petani dalam penerapan budidaya padi dalam menunjang ketahanan pangan. Metode penelitian yang digunakan yaitu survey dengan metode penarikan contoh secara sengaja (*purposive sampling*) terhadap enam kelompok tani yang melakukan budidaya padi, sampel berjumlah 30 orang petani. Wawancara dilakukan dengan kuesioner sebagai

data primer, sedang data sekunder diperoleh dari instansi terkait. Analisis data untuk mengukur persepsi petani terhadap strategi komunikasi penyuluh dan tindakan komunikasi petani dalam budidaya padi dilakukan dengan perhitungan skor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan penyuluh dipersepsi positif oleh petani. Demikian juga, tindakan komunikasi petani dalam budidaya padi tergolong tinggi. Secara khusus, penulis mengulas strategi komunikasi yang dapat diterapkan sehingga petani dapat melakukan tindakan komunikasi dalam budidaya padi, dalam menunjang ketahanan pangan di era digital dan beberapa rekomendasi penting disampaikan.

2. Penelitian terdahulu oleh Kristina Munthe (2017) Pengaruh komunikasi internal terhadap kinerja karyawan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh komunikasi internal (vertikal dan horizontal) terhadap kinerja karyawan. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada para responden yang berjumlah 117. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan angket dan dokumentasi dari beberapa sumber, seperti internet dan hasil olah data menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan kinerja, manajemen harus lebih banyak menyediakan waktu khusus bagi para pegawainya agar mereka bisa mengeluarkan pendapatnya dalam suatu forum formal maupun non-formal sehingga terjalin keakraban diantara para pegawai dan manajemen

### C. Kerangka Pikir

Penulisan Kerangka Pikir ditujukan penulis untuk mempermudah dalam menjelaskan dan mengerti jalan tujuan penelitian dan pengkajian ini. Kerangka pikir dijelaskan dalam bentuk gambar seperti pada Gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Berfikir Peran Komunikasi Dalam Optimalisasi Penyuluhan Pertanian

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang dikemukakan oleh peneliti, tentang suatu keadaan dan atau keterkaitan antar variabel penelitian, berlandaskan kerangka pikir yang akan diuji keterandalannya melalui penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan pengkajian yang ingin dicapai, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga komunikasi dalam optimalisaasi penyuluhan pertanian masih rendah
2. Diduga ada faktor -faktor yang mempengaruhi komunikasi dalam kegiatan penyuluhan pertanian.



