

PERSEPSI PETANI TENTANG DETERMINAN SELEKSI SALURAN KOMUNIKASI DALAM PENERIMAAN INFORMASI USAHATANI PADI (KASUS PETANI KABUPATEN SERANG PROVINSI BANTEN)

Pepi Rospina Pertiwi, Rinda Noviyanti, Dewi Juliah Ratnaningsih¹

¹ Program Studi Agribisnis, FMIPA, Universitas Terbuka, Tangerang, Indonesia
pepi@mail.ut.ac.id

ABSTRAK

Peningkatan kesejahteraan petani padi dapat diupayakan dengan melakukan kegiatan usahatani yang menguntungkan. Salah satu upayanya adalah melalui pengintroduksian teknik-teknik usahatani baru yang dapat meningkatkan hasil produksi padi. Untuk menyebarkan informasi tentang teknik-teknik baru kepada petani diperlukan saluran komunikasi, baik yang berupa saluran komunikasi interpersonal maupun media massa. Petani memiliki keleluasaan untuk memilih saluran komunikasi mana yang dirasa dapat memberikan informasi teknologi yang dibutuhkannya. Artikel ini akan mengungkapkan persepsi petani tentang saluran komunikasi yang memberikan informasi teknik usahatani padi. Sejumlah 136 petani padi dijadikan sampel penelitian yang diambil dari 3 kecamatan di Kabupaten Serang, yaitu Kecamatan Carenang, Ciruas dan Tirtayasa. Penetapan jumlah responden dilakukan secara proporsional random sampling. Informasi digali dari responden dengan menggunakan kuesioner yang disertai dengan wawancara. Hasil survey menunjukkan bahwa persepsi petani tentang saluran komunikasi interpersonal dan media massa tergolong cukup tersedia pada aspek ketersediaannya, cukup mudah diakses, serta tergolong sedang pada aspek pembiayaan dalam mengakses saluran komunikasi interpersonal dan media massa. Secara umum persepsi petani tentang saluran komunikasi interpersonal masih lebih baik dibanding persepsi tentang media massa. Hal ini akan berpengaruh terhadap penyeleksian saluran komunikasi oleh petani dalam mencari informasi teknik usahatani yang dibutuhkan.

Kata kunci: persepsi, saluran komunikasi interpersonal, media massa, usahatani padi

PENDAHULUAN

Pencapaian kesejahteraan petani salah satunya diperoleh melalui usahatani yang menguntungkan bagi petani dan keluarganya. Untuk mencapai usahatani yang berhasil dan menguntungkan tersebut, perlu adanya pengembangan inovasi pertanian yang terus menerus. Inovasi ini sangat penting karena dapat mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat demi terwujudnya perbaikan-perbaikan mutu hidup setiap individu dan seluruh warga masyarakat yang bersangkutan (Mardikanto, 1993).

Di Indonesia khususnya untuk pengembangan komoditas padi sebagai bahan pangan pokok di Indonesia, inovasi juga terus digalakkan, terutama di wilayah-wilayah sentra produksi padi. Pengelolaan usahatani padi berkaitan dengan manajemen usahatani yang meliputi: perencanaan sebelum tanam, pelaksanaan pada saat tanam dan pengelolaan setelah panen. Adapun teknik usahatani padi dikemukakan oleh Togatorop dan Sudana (2006) sebagai usaha yang saling terkait antara pola tanam, varietas, teknik penanaman, kualifikasi benih dan penggunaan jenis pupuk.

Inovasi pengelolaan usahatani padi ini diharapkan dapat diterapkan oleh masyarakat petani yang mengusahakan padi sebagai komoditas usahatannya. Salah satu unsur proses komunikasi yang penting dalam penyampaian inovasi adalah saluran komunikasi, baik saluran komunikasi langsung maupun bermedia. Beragamnya saluran komunikasi yang dimanfaatkan dalam menyampaikan inovasi menumbuhkan beragamnya persepsi petani terhadap saluran komunikasi itu sendiri. Dalam tulisan ini persepsi tentang saluran komunikasi diartikan pandangan petani terhadap saluran

komunikasi yang membawa informasi pertanian yang dibutuhkannya, dilihat dari ketersediaannya, kemudahan mengakses dan biaya untuk mengaksesnya.

Mengenai saluran komunikasi ini, Berlo (1960) mengungkapkan bahwa sasaran komunikasi akan memilih saluran sesuai dengan melihat: (1) saluran apa yang tersedia, (2) berapa biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh saluran dan (3) saluran apa yang dipilihkan oleh sumber. Dengan demikian, persepsi petani mengenai ketersediaan, kemudahan mengakses dan biaya yang dikeluarkan untuk mengakses saluran komunikasi merupakan hal yang cukup penting untuk dikaji terkait preferensi petani terhadap saluran komunikasi.

Kabupaten Serang merupakan salah satu wilayah yang diharapkan dapat meningkatkan produktivitas padi dari 4,98 ton/ha menjadi sekitar 7 ton/ha petani (BPTP Banten, 2006). Wilayah pertanian lahan basah yang luas mencakup 53.148 ha (31,25%), dianggap cukup mendukung diterapkannya berbagai inovasi pengelolaan usahatani padi. Penyebaran inovasi tersebut dilakukan dengan berbagai cara, baik interpersonal maupun media massa. Kegiatan penyuluhan termasuk upaya yang digencarkan, disamping juga memanfaatkan penyebaran melalui berbagai media komunikasi baik cetak maupun elektronik. Bahkan di posko kelompok tani umumnya disediakan berbagai bahan bacaan bagi petani yang memiliki inisiatif untuk mencari informasi secara mandiri.

Gencarnya penyebaran inovasi pengelolaan usahatani padi seyogyanya menjadikan petani mampu dan mau menerima informasi tentang pengelolaan usahatani dengan baik, serta menerapkannya dalam usahatannya. Namun demikian, kenyataan di lapangan masih banyak petani yang mengelola usahatani padi dengan cara-cara lama, walaupun banyak program pemerintah yang mengupayakan pengembangan inovasi padi. Kondisi ini terjadi diduga karena banyak informasi inovasi padi yang tidak sampai ke tingkat petani. Di samping itu diduga mereka juga kurang tanggap terhadap teknologi informasi dan menganggapnya sebagai sesuatu yang sulit dicerna oleh pemikirannya.

Berdasarkan uraian di atas muncul pertanyaan: bagaimanakah persepsi petani tentang saluran komunikasi yang memberikan informasi tentang inovasi pengelolaan usahatani padi tersebut, ditinjau dari ketersediaan, kemudahan mengakses serta biaya untuk mengakses saluran komunikasi?

METODE PENELITIAN

Artikel ini ditulis berdasarkan hasil penelitian tahun 2009 yang menganalisis tentang persepsi petani mengenai saluran komunikasi yang digunakan dalam pemberian teknik pengelolaan usahatani padi, sebagai suatu kasus yang diambil dari para petani di Kabupaten Serang. Aspek persepsi yang digali adalah pandangan petani terhadap saluran komunikasi yang membawa informasi pertanian yang dibutuhkannya, dilihat dari ketersediaan, kemudahan mengakses serta biaya untuk mengakses

saluran komunikasi, baik saluran interpersonal maupun saluran komunikasi media massa. Adapun subjek informasi melalui saluran komunikasi penyuluhan yang diamati adalah informasi pengelolaan usahatani padi, mencakup teknik pemilihan bibit, pola tanam, teknik pemupukan, teknik pengendalian hama penyakit, teknik pengairan, dan teknik pemanenan.

Informasi yang dibutuhkan dalam penelitian digali melalui penyebaran kuesioner yang didukung dengan wawancara mendalam terhadap petani responden. Instrumen dikembangkan dalam dua bentuk, yaitu instrumen berupa kuesioner dalam bentuk pernyataan dan pertanyaan (terbuka dan tertutup). Berdasarkan kuesioner tertutup dihasilkan data kuantitatif yang selanjutnya di-*coding*, dan di-*entry* dengan menggunakan SPSS. Data tersebut dianalisis secara analisis statistik deskriptif dengan menampilkan distribusi frekuensi dan persentase. Adapun bentuk pernyataan atau jawaban dari pertanyaan terbuka menghasilkan data kualitatif yang digunakan untuk melengkapi informasi yang dapat mempertajam analisis data kuantitatif.

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

SALURAN KOMUNIKASI SEBAGAI ALAT PENYEBAR INFORMASI TEKNIK USAHATANI PADI

Dalam proses komunikasi terdapat unsur saluran (channel) yang merupakan media pen jembatan antara sumber dan penerima pesan. Deptan (2001) mengemukakan bahwa saluran dalam konteks penyuluhan pertanian adalah cara yang digunakan dalam penyampaian pesan kepada penerimanya. Saluran ini harus sesuai dengan panca indera yang akan menangkapnya. Semakin banyak indera yang dikenakan, biasanya akan membantu proses komunikasi untuk lebih berhasil.

Jenis saluran komunikasi menurut Rogers (2003) dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu: (a) Saluran interpersonal dan (b) media massa. *Saluran interpersonal* adalah saluran yang melibatkan tatap muka antara sumber dan penerima, antar dua orang atau lebih. Adapun *saluran media massa* adalah saluran penyampaian pesan yang memungkinkan sumber mencapai suatu audiens dalam jumlah besar, dapat menembus waktu dan ruang. Penggunaan media massa dianggap lebih tepat digunakan pada sasaran pada saat inovasi diperkenalkan, sedangkan media interpersonal dianggap tepat digunakan di saat petugas penyuluhan mulai menarik minat sasaran terhadap inovasi.

Saluran komunikasi penyuluhan di Kabupaten Serang terbagi menjadi dua bagian, yaitu saluran komunikasi langsung (interpersonal) dan tidak langsung (media massa). Menurut penyuluh setempat, saluran komunikasi yang bersifat langsung cukup mendukung tersampainya berbagai informasi penting seputar pertanian. Petani yang berprestasi merupakan andalan bagi kegiatan penyuluhan, karena melalui petani teladan, petani lain dapat langsung mencontoh cara usahatani yang baik. Tokoh masyarakat memegang peranan penting dalam menginformasikan hal-hal terkait kegiatan sosial maupun nilai-nilai yang berpengaruh terhadap kehidupan dan usahatani. Adapun penyuluh pada dasarnya memiliki tanggung jawab yang besar untuk memfasilitasi informasi-informasi terkini bagi petani. Untuk informasi tentang sarana produksi, pedagang saprotan merupakan saluran komunikasi yang cukup tepat. Beberapa penyuluh mengungkapkan bahwa dalam kegiatan penyuluhan acap kali mengundang pihak penyedia jasa sarana produksi yang akan memfasilitasi kebutuhan pupuk, bibit dan obat-obatan sesuai jenis bantuan yang diberikan pemerintah. Adapun pengumpul, walaupun tidak secara langsung dianjurkan oleh penyuluh, merupakan saluran komunikasi yang cukup tepat bagi petani untuk memperoleh informasi tentang harga dan pemasaran.

Dalam kaitannya dengan berbagai media penyuluhan, penyuluh mengungkapkan bahwa media penyuluhan lain seperti surat kabar dan majalah pertanian dinilai mampu mewakili informasi yang dibutuhkan petani. Majalah yang paling dikenal petani adalah *trubus*, sedangkan surat kabar adalah *Sinar Tani (Sinta)*. Buku-buku yang mengemukakan topik budidaya pertanian, peternakan dan perikanan, dinilai sudah ada di pasaran, namun ketersediaannya dianggap masih kurang. Adapun selebaran-selebaran berupa *leaflet* atau poster dianggap penyuluh sebagai media yang jumlahnya paling mencukupi. Bagi petani sendiri, *leaflet* biasanya mereka peroleh dari pertemuan kelompok atau dari para formulator sarana produksi pertanian.

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

PERSEPSI PETANI TENTANG DETERMINAN SELEKSI SALURAN KOMUNIKASI

Determinan seleksi saluran komunikasi dalam tulisan ini adalah faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan saluran komunikasi oleh petani dalam menggali informasi tentang teknik usahatani padi. Determinan seleksi saluran komunikasi ini mengacu pada alasan-alasan sasaran komunikasi dalam memilih saluran komunikasi yang dikemukakan oleh Berlo (1960), meliputi ketersediaan, kemudahan mengakses dan biaya yang dikeluarkan untuk mengakses saluran komunikasi. Dengan demikian, bagian ini menguraikan persepsi petani tentang ketersediaan saluran komunikasi, kemudahan mengakses dan biaya yang dikeluarkan untuk mengakses saluran komunikasi, yang dibagi menjadi dua kelompok pembahasan, yaitu saluran komunikasi interpersonal dan media massa.

a) Persepsi tentang Ketersediaan Saluran Komunikasi

Persepsi petani tentang ketersediaan saluran komunikasi yang memberikan informasi tentang teknik usahatani padi dibagi menjadi tiga kategori, yaitu kurang tersedia, cukup tersedia dan selalu tersedia. Tabel 1 menyajikan tingkat persepsi petani tentang ketersediaan saluran komunikasi interpersonal.

Tabel 1. Persepsi Responden tentang Ketersediaan Saluran Komunikasi Interpersonal

Persepsi	Penyuluh		Petani		Pengumpul		Pedagang	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Kurang tersedia	23	16,91	11	8,09	84,00	61,76	70	51,47
Cukup tersedia	67	49,26	63	46,32	50,00	36,76	64	47,06
Selalu tersedia	46	33,82	62	45,59	2	1,47	2	1,47
	136	100	136	100	136	100	136	100

Ket: Kurang Tersedia = skor < 16; Cukup Tersedia = skor 16 – 24; Selalu Tersedia = skor > 24

Saluran komunikasi interpersonal merupakan pihak-pihak yang lebih sering ditemui oleh petani. Dari Tabel 1, terlihat responden sebagian besar mempersepsikan bahwa ketersediaan saluran komunikasi tergolong cukup tersedia pada saluran penyuluh dan petani lain. Menurut sebagian besar petani, kontak tani petani memiliki andil yang tinggi dalam menyediakan informasi tentang penanggulangan hama dan penyakit tanaman (HPT), sedangkan penyuluh paling tinggi ketersediaannya dalam menyediakan informasi tentang pemupukan. Lain halnya dengan saluran pengumpul dan pedagang sarana produksi pertanian (saprotan), kedua saluran ini menurut petani tergolong kurang tersedia. Namun demikian, beberapa petani mengungkapkan bahwa pedagang saprotan tertinggi ketersediaannya dalam menyediakan

informasi tentang penanggulangan HPT, sedangkan pengumpul memiliki ketersediaan tertinggi pada informasi tentang varietas unggul.

Tabel 2. Persepsi Responden tentang Ketersediaan Media Massa

Persepsi	TV		Radio		Surat Kabar/ Majalah		Poster/Leaflet	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Kurang tersedia	25	18,38	63	46,32	46	33,82	41	30,15
Cukup tersedia	89	65,44	66	48,53	79	58,09	82	60,29
Selalu tersedia	22	16,18	7	5,15	11	8,09	13	9,56
Total	136	100,00	136	100,00	136	100,00	136	100,00

Ket: Kurang Tersedia = skor < 16; Cukup Tersedia = skor 16 – 24; Selalu Tersedia = skor > 24

Dari keempat saluran media massa yang ada, responden menganggap semua saluran tersebut cukup tersedia (Tabel 2). Saluran media massa yang dirasa responden paling baik ketersediaannya tersedia adalah TV. Beberapa beberapa stasiun TV diketahui menyajikan acara pertanian oleh responden, baik yang khusus acara pertanian, acara selingan, siaran berita maupun iklan. Menurut responden, ketersediaan tertinggi yang dicapai TV adalah dalam penyajian informasi tentang penanggulangan HPT, pemupukan dan pemanenan. Poster/*leaflet* dan surat kabar/majalah pertanian dirasa petani cukup tersedia dalam memberikan semua informasi teknik usahatani padi, terutama tentang penanggulangan HPT. Radio menempati urutan terbawah sebagai saluran komunikasi yang dirasakan ketersediaannya oleh petani. Jawaban "selalu tersedia" untuk ketersediaan radio bagi setiap informasi pengelolaan usahatani diperoleh paling rendah. Sepertinya posisi radio telah tergeser dengan adanya televisi yang mampu memberikan informasi lebih baik. Melalui televisi, siaran tidak saja dapat didengar tetapi juga dilihat.

b) Persepsi tentang Kemudahan Mengakses Saluran Komunikasi

Keadaan yang paling baik terkait dengan kemudahan mengakses saluran komunikasi adalah tersedianya saluran komunikasi yang dibutuhkan. Kenyataannya, acapkali saluran komunikasi itu ada namun sulit dijangkau, atau sebaliknya petani merasa mudah memperoleh saluran komunikasi tapi saluran komunikasi yang dimaksud tidak tersedia. Tabel 3 menunjukkan persepsi petani tentang kemudahan mengakses saluran komunikasi

Tabel 3. Persepsi Responden tentang Kemudahan Mengakses Saluran Komunikasi Interpersonal

Persepsi	Penyuluh		Petani		Pengumpul		Pedagang	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sukar	12	8,82	2	1,47	34	25,00	28	20,59
Cukup Mudah	81	59,56	73	53,68	99	72,79	104	76,47
Sangat Mudah	43	31,62	61	44,85	3	2,21	4	2,94
Total	136	100,00	136	100,00	136	100,00	136	100,00

Ket: Sukar = skor < 16; Cukup Mudah = skor 16 – 24; Sangat Mudah = skor > 24

Seperti halnya dengan ketersediaan, keempat saluran komunikasi interpersonal dipersepsikan cukup mudah diakses oleh responden. Namun demikian, penyuluh dan petani juga memiliki nilai persepsi tinggi pada kategori sangat mudah diakses. Kemudahan mengakses petani lain ini memiliki nilai tertinggi pada pencarian informasi tentang pengadaan bibit unggul serta teknik pemilihannya, sedangkan kemudahan mengakses penyuluh terutama dalam mencari informasi tentang penanggulangan HPT. Menurut petani, pedagang saprotan tergolong mudah diakses dalam mencari informasi tentang pemupukan, penanggulangan HPT. Adapun pedagang tergolong sulit diakses untuk mencari informasi PTT padi.

Tabel 4. Persepsi Responden tentang Kemudahan Mengakses Media Massa

Persepsi	TV		Radio		Surat Kabar/ Majalah		Poster/Leaflet	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sukar	15	11,03	50	36,76	37	27,21	22	16,18
Cukup Mudah	112	82,35	84	61,76	90	66,18	99	72,79
Sangat Mudah	9	6,62	2	1,47	9	6,62	15	11,03
Total	136	100,00	136	100,00	136	100,00	136	100,00

Ket: Sukar = skor < 16; Cukup Mudah = skor 16 – 24; Sangat Mudah = skor > 24

Untuk saluran komunikasi media massa, Tabel 4 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden mempersepsikan semua media massa cukup mudah untuk diakses. Namun demikian, TV menduduki peringkat pertama yang dipersepsikan cukup mudah diakses (82,53%). Hal ini cukup beralasan karena TV saat ini menjadi media yang dimiliki oleh hampir

seluruh petani di Kabupaten Serang. Namun demikian petani tidak terlalu merasa mudah mengakses berbagai informasi pertanian melalui TV, karena siaran untuk acara ini dirasa kurang. Selanjutnya, saluran komunikasi lain yang dianggap cukup mudah diakses adalah poster/*leaflet*, surat kabar/majalah pertanian dan radio. Kemudahan mengakses poster/*leaflet* dan majalah/surat kabar menurut petani adalah dalam mencari informasi tentang pembibitan, pemupukan dan penanggulangan HPT. Jika dilihat dari tabel 4, sejumlah 36,76% menyebutkan sukar mengakses radio. Kesukaran mengakses radio tergolong tinggi untuk semua informasi PTT padi.

c) Persepsi tentang Biaya Akses Saluran Komunikasi

Tabel 4 memperlihatkan bahwa persepsi petani tentang pembiayaan saluran komunikasi tergolong pada kategori sedang, kecuali untuk mengakses petani lain dipersepsikan murah. Jawaban 'murah' dilontarkan oleh sekitar 52% untuk petani lain. Berbeda halnya dengan ketersediaan saluran komunikasi, persepsi keterjangkauan biaya untuk mengakses petani lain dan penyuluh hampir merata untuk setiap informasi pengelolaan usahatani padi. Untuk pedagang saprotan dan pengumpul, jawaban 'murah' hanya dilontarkan oleh kurang dari 12% responden. Kenyataan ini menunjukkan bahwa petani dan penyuluh masih dianggap sumber informasi atau saluran komunikasi yang termurah dibanding saluran komunikasi lain. Namun jika dilihat dari sebaran responden yang menjawab sedang, dapat dikatakan bahwa masalah perolehan informasi tidak terletak pada biaya yang harus dikeluarkan. Hal ini didukung oleh pernyataan sebagian besar responden bahwa masalah utama dari saluran komunikasi interpersonal terletak dari ada tidaknya informasi yang dapat diakses, bukan dari biaya mengaksesnya.

Tabel 5. Persepsi Responden tentang Biaya Akses Saluran Komunikasi Interpersonal

Persepsi	Penyuluh		Petani		Pengumpul		Pedagang	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Mahal	8	5,88	1	0,74	19	13,97	13	9,56
Sedang	70	51,47	65	47,79	101	74,26	110	80,88
Murah	58	42,65	70	51,47	16	11,76	13	9,56
Total	136	100,00	136	100,00	136	100,00	136	100,00

Ket: Mahal = skor < 16; Sedang = skor 16 – 24; Murah = skor > 24

Sama halnya dengan saluran komunikasi interpersonal, semua saluran komunikasi media massa juga dipersepsikan 'sedang' oleh sebagian besar responden. Tabel 6 memperlihatkan persentase yang tinggi untuk jawaban tersebut. Namun jika dilihat dari jawaban 'murah', maka

leaflet/ poster menempati peringkat persepsi tertinggi dalam memperoleh informasi usahatani padi. Petani dapat dengan mudah mengakses poster/leaflet di tempat pertemuan kelompok, klinik prima tani, kios saprotan bahkan dari formulator yang mendatangi petani, sehingga petani tidak perlu mengeluarkan banyak biaya. Selanjutnya surat kabar/majalah pertanian merupakan saluran berikutnya yang banyak dipersepsikan 'murah' oleh petani. Sejumlah 8-11% responden menyatakan bahwa surat kabar/majalah pertanian sangat murah diakses untuk semua jenis informasi usahatani padi. Adapun TV dan radio menempati urutan selanjutnya yang dipersepsikan 'murah' untuk semua jenis informasi. Namun demikian TV dianggap lebih murah daripada radio. Hal ini terjadi karena TV telah banyak dimiliki oleh hampir semua petani, sedangkan radio tidak. Dengan demikian petani menganggap harus mengeluarkan biaya lagi jika menjadikan radio sebagai penyedia informasi pengelolaan usahatani padi pada saat ini.

Tabel 6. Persepsi Responden tentang Biaya Akses Media Massa

Tingkat Persepsi	TV		Radio		Surat Kabar/Majalah		Poster/Leaflet	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Mahal	6	4,41	14	10,29	19	13,97	7	5,15
Sedang	124	91,18	119	87,50	100	73,53	86	63,24
Murah	6	4,41	3	2,21	17	12,50	43	31,62
Total	136	100,00	136	100,00	136	100,00	136	100,00

Ket: Mahal = skor < 16; Sedang = skor 16 – 24; Murah = skor > 24

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya persepsi petani tentang ketersediaan saluran komunikasi tergolong cukup tersedia untuk semua saluran komunikasi, kecuali pengumpul dan pedagang dipersepsikan kurang tersedia. Ditinjau dari kemudhan mengakses, persepsi petani tentang kemudahan mengakses saluran komunikasi tergolong cukup mudah untuk semua saluran komunikasi. Adapun dalam hal biaya akses saluran komunikasi, pada umumnya persepsi petani tentang biaya mengakses saluran komunikasi tergolong sedang, kecuali pada petani lain tergolong murah.

Dari kesimpulan tersebut dapat dupayakan berbagai cara untuk memotivasi petani agar lebih aktif dalam mencari informasi melalui saluran komunikasi yang disediakan dalam kegiatan penyuluhan, sehingga terbentuk persepsi yang lebih baik terhadap saluran komunikasi. Di samping itu perlu upaya penyuluhan atau pemberian informasi usahatani padi yang lebih intensif dalam memanfaatkan saluran komunikasi yang dianggap tersedia, mudah diakses dan murah diperoleh oleh petani.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Berlo, D.K. (1960), *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*, Holt Rinehart and Winston Inc, New York.
- [2] BPTP Banten (2006), *Laporan Tahunan*. Banten: BPTP Banten.
- [3] Deptan. 2001. *Penyuluhan Pertanian*. Jakarta: Yayasan Pengembangan Sinar Tani.
- [4] Mardikanto, T. (1993), *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*, Sebelas Maret University Press, Surakarta.
- [5] Rogers EM. 2003. *Diffusion of Innovations*. 5th Edition. New York: The Free Press.
- [6] Togatorop M.H. dan Sudana W (2006), *Peran Ternak sebagai Komponen Usahatani Padi untuk Peningkatan Pendapatan Petani*, <http://ntb.litbang.deptan.go.id/2006/SP/peranternak.doc>. [18 November 2009].

[KEMBALI KE DAFTAR ISI](#)