

The background features a complex network of light blue lines resembling a circuit board or data paths, with some lines ending in small circles. At the bottom, there is a dark blue silhouette of a city skyline with various buildings and palm trees, which is reflected in a lighter blue area below it. The title text is centered in the upper half of the page.

Menyelisik Konstruksi
**Teori Bidang Komunikasi
dan Penyuluhan Pembangunan**

Editor:
Pudji Muljono

Menyelisik Konstruksi

Teori Bidang Komunikasi
dan Penyuluhan Pembangunan



Menyelisik Konstruksi
Teori Bidang Komunikasi
dan Penyuluhan Pembangunan

Editor:
Pudji Muljono



Penerbit IPB Press
Jalan Taman Kencana No. 3,
Kota Bogor - Indonesia

C.01/11.2022

Judul Buku:

Menyelisik Konstruksi Teori Bidang Komunikasi dan Penyuluhan
Pembangunan

Editor:

Pudji Muljono

Penyunting Bahasa:

Tania Panandita

Desain Sampul & Penata Isi:

Alfyandi

Jumlah Halaman:

414 + 10 halaman romawi

Edisi/Cetakan:

Cetakan 1, November 2022

PT Penerbit IPB Press

Anggota IKAPI

Jalan Taman Kencana No. 3, Bogor 16128

Telp. 0251 - 8355 158 E-mail: ipbpress@apps.ipb.ac.id

www.ipbpress.com

ISBN: 978-623-467-350-0

Dicetak oleh Percetakan IPB, Bogor - Indonesia

Isi di Luar Tanggung Jawab Percetakan

© 2022, HAK CIPTA DILINDUNGI OLEH UNDANG-UNDANG

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku
tanpa izin tertulis dari penerbit

Kata Pengantar

Alhamdulillah, kami bersyukur kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga buku ini dapat ditulis dan diterbitkan sesuai dengan harapan kami. Buku ini berjudul “Menyelisik Konstruksi Teori Bidang Komunikasi dan Penyuluhan Pembangunan” terdiri atas 21 bab yang merupakan hasil telaah pustaka atau *systematic review* berkaitan dengan topik komunikasi dan penyuluhan pembangunan yang muncul fenomenanya di tanah air. Ide penulisan buku ini sebagai tindak lanjut hasil diskusi mendalam pada kelas Program Doktor matakuliah Konstruksi Teori Komunikasi dan Penyuluhan Pembangunan, Program Studi Komunikasi Pembangunan, Departemen Sains dan Komunikasi Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, IPB-University.

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh Penulis, yakni semua peserta Program Doktor khususnya untuk matakuliah Konstruksi Teori Komunikasi dan Penyuluhan Pembangunan, Program Studi Komunikasi Pembangunan Angkatan 2021 yang telah bekerja keras untuk menyelesaikan naskah dan mengupayakan untuk proses penerbitannya. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Ketua Departemen SKPM FEMA-IPB University yang telah memberikan izin sehingga naskah ini dapat diajukan untuk memperoleh insentif penerbitan buku tahun 2022. Begitu juga kepada Direktur DPIS IPB-University yang telah memberikan evaluasi dan kesempatan untuk penerbitan naskah ini. Semoga amal baik tersebut bernilai ibadah.

Apabila membaca isi buku ini, maka akan tergambar berbagai sudut pandang terkait ragam konstruksi komunikasi dan penyuluhan pembangunan, sebagai bagian strategis lintas disiplin ilmu yang memiliki peran kuat untuk menengarai dan menengahi berbagai persoalan pembangunan di tanah air, sehingga akan bertemu pada simpul yang mampu mengeratkan dan menyatukan kita semua pada pemikiran yang konstruktif, kreatif, dan inovatif khususnya pada bidang ilmu komunikasi dan penyuluhan pembangunan. Harapan para penulis, semoga buku ini dapat memperkaya wawasan pembaca

dan menjadi sumber referensi pemahaman berbagai topik terkait konstruksi teori bidang komunikasi dan penyuluhan pembangunan yang terus berkembang.

Semoga buku ini memberikan kontribusi pemikiran dan manfaat yang besar untuk para akademisi, praktisi maupun pemerhati bidang ilmu komunikasi dan penyuluhan pembangunan di Indonesia.

Selamat membaca.

Bogor, 20 September 2022

Editor

Pudji Muljono

Daftar Isi

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Bab 1	
Mekanisme Perlindungan Jurnalis Perempuan dari Kekerasan di Ruang Publik	
<i>Diah Amelia</i>	1
Bab 2	
Telaah Komunikasi Edutainment dan Peran Pendidikan Terhadap Pembangunan Pertanian di Kabupaten Cilacap	
<i>Faizin</i>	21
Bab 3	
Komunikasi Pembangunan dalam Pemberdayaan Masyarakat melalui Program Transformasi Perpustakaan Berbasis Inklusi Sosial	
<i>Ira Dwi Rachmani</i>	43
Bab 4	
Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Korporasi Petani di Indonesia	
<i>Shinta Anggreany</i>	77
Bab 5	
Peran <i>Stakeholder</i> dalam Pemberdayaan Masyarakat Gambut di Indonesia	
<i>Elly Rosana</i>	95
Bab 6	
Ekonomi Sirkular pada UMKM di Indonesia: Penerapan dan Tantangannya dari Perspektif Komunikasi	
<i>Thirtawati</i>	111
Bab 7	
Komunikasi Inovasi dalam Adopsi Sistem Pertanian Berbasis <i>Smart Farming</i> oleh Petani	
<i>Rasmira</i>	131

Bab 8 Hilirisasi Hasil Penelitian IPB University melalui Program Kampus Desa <i>Suparman</i>	155
Bab 9 Pencegahan Kekerasan Seksual pada Anak melalui Komunikasi Keluarga <i>Novrian</i>	171
Bab 10 Model Komunikasi Resiliensi Kewirausahaan Bagi Penyandang Disabilitas <i>Fachmi Ibrahim</i>	191
Bab 11 Komunikasi Sebagai Aksi dan Refleksi Upaya Penanggulangan Krisis Ekologi <i>Achmad Hamudi Assegaf</i>	207
Bab 12 Hubungan Media Sosial sebagai <i>Public Sphere Online</i> dalam Komunikasi Pembangunan <i>Khori Suci Maifianti</i>	223
Bab 13 Strategi Komunikasi dalam Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan <i>Faris Budiman Annas</i>	239
Bab 14 Peran Komunikasi Pendidikan dalam Pembentukan Karakter Peserta Didik <i>Asima Oktavia Sitanggang</i>	259
Bab 15 Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Pemberdayaan Entrepreneur Muda melalui Program <i>Entrepreneur Success Challenge (ESC)</i> <i>Lymbarski Caesariano</i>	283

Bab 16	
Model Komunikasi Pembaruan Generasi Petani di Era Digital	
<i>Hari Otang Sasmita</i>	299
Bab 17	
Peran Petani Milenial dalam Membangun <i>Agrosociopreneur</i>	
<i>Siti Syamsiah</i>	319
Bab 18	
Peran Kepemimpinan Ketua Kelompok Tani dalam	
Pemberdayaan Petani	
<i>Fara Shaliza</i>	343
Bab 19	
Kewirausahaan Sosial Berbasis Pesantren dalam Membangun	
Kemandirian Penerima Manfaat	
<i>Ellies Sukmawati</i>	359
Bab 20	
Kajian Kapasitas Petani dalam Pembangunan Perkebunan	
<i>Henny Sulistyorini</i>	383
Bab 21	
Epilog	
<i>Pudji Muljono</i>	407
Daftar Istilah & Glosarium	411
Biodata Editor	413

Hubungan Media Sosial sebagai *Public Sphere Online* dalam Komunikasi Pembangunan

Khori Suci Maifianti

Ikhtisar

Komunikasi, sebagai proses sosial, dibentuk dalam kerangka spasial dan temporal tertentu. Bagaimana orang berkomunikasi, di mana dan mengapa mereka berkomunikasi, dengan siapa mereka berkomunikasi, apa dan mengapa mereka berkomunikasi, merupakan fungsi dari proses sejarah. Ruang publik sebagai medium kebijakan dan komunikasi publik. Pada hakekatnya ruang publik adalah milik masyarakat tanpa terkecuali. Masyarakat sebagai aktor utama mempunyai hak suara publik berdasarkan representasi dan persepsi publik. Secara ideal, ruang publik memiliki cakupan yang sangat luas dan terbentuk dari proses alamiah interaksi individu dan akumulasi kelompok-kelompok publik, oleh sebab itu dalam kajian kepublikan definisi publik diartikan secara umum, Negara dan masyarakat. Tujuan artikel ini adalah (1) untuk mengetahui sosial media sebagai *Public Sphere* Online dalam komunikasi pembangunan, (2) Untuk mengetahui hubungan media sosial sebagai *public sphere* visual dalam komunikasi pembangunan.

Kata kunci: Media Sosial, *Public Sphere*, Komunikasi Pembangunan

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 tidak hanya menimbulkan ancaman yang belum pernah terjadi sebelumnya terhadap kesehatan global, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran yang signifikan tentang 'infodemi' (Zarocostas 2020) yang disebabkan oleh banjirnya informasi palsu atau menyesatkan mengenai etiologi, hasil, pencegahan, dan penyembuhan penyakit (Brennen *et al.* 2020; Fleming 2020; Kim *et al.* 2020). Istilah seperti 'infodemik media sosial Covid-19' (Cinelli 2020) telah diciptakan untuk menggarisbawahi berita palsu yang viral dan informasi yang salah di *platform* media sosial yang dapat sangat memengaruhi perilaku masyarakat dan melemahkan respons wabah pemerintah (Apuke 2020, Zarocostas 2020). Menghilangkan berita palsu, rumor, dan informasi yang salah di media sosial selama Covid-19 pandemi muncul tidak hanya di tingkat negara individu (Balakrishnan & Rahim 2021; Raj *et al.*), tetapi juga pada skala global (Hartley 2020).

Komunikasi, sebagai proses sosial, dibentuk dalam kerangka spasial dan temporal tertentu. Bagaimana orang berkomunikasi, di mana dan mengapa mereka berkomunikasi, dengan siapa mereka berkomunikasi, apa dan mengapa mereka berkomunikasi, merupakan fungsi dari proses sejarah. Komunikasi tidak lebih, dan tidak kurang, dari artikulasi hubungan sosial antara orang-orang (Servaes 2014).

Ruang publik sebagai medium kebijakan dan komunikasi publik. Pada hakekatnya ruang publik adalah milik masyarakat tanpa terkecuali. Masyarakat sebagai aktor utama mempunyai hak suara publik berdasarkan representasi dan persepsi publik. Ruang publik muncul sebagai suatu wilayah dan bagian yang spesifik dari masyarakat sipil sebagai tempat terjadinya pertukaran komoditas dan kerja sosial yang diatur oleh kaidahnya sendiri. Istilah ruang publik (*public sphere*) berawal dari pendapat Jurgen Habermas pada tahun 1962 dalam tulisannya yang kemudian diterjemahkan pada tahun 1991 berjudul *The Structural Transformation of The Public Sphere*. *Public sphere* adalah ruang terjadinya berbagai diskusi dan debat publik mengenai suatu permasalahan publik, di mana setiap individu sebagai bagian dari publik mempunyai porsi yang sama dalam berpendapat dan dijamin

kebebasannya dari intervensi dan *restriksi* pihak lain sehingga tidak memunculkan hegemoni opini namun menumbuhkan opini publik yang diharapkan akan membantu munculnya kebijakan publik yang adil (Habermas 1991).

Secara ideal, ruang publik memiliki cakupan yang sangat luas dan terbentuk dari proses alamiah interaksi individu dan akumulasi kelompok-kelompok publik, oleh sebab itu dalam kajian kepublikan definisi publik diartikan secara umum, Negara dan masyarakat. Dengan demikian Negara berperan untuk menyediakan ruang publik yang dapat menjadi ruang di mana anggota masyarakat sebagai warga negara mempunyai akses sepenuhnya terhadap semua kegiatan publik, mereka berhak melakukan secara merdeka didalamnya termasuk mengembangkan wacana publik seperti menyampaikan pendapat secara lisan dan tertulis (A.S. Hikam dalam A.S. Culla, 1999). Berdasarkan kesepakatan formal dan komunikasi massa, ruang publik bertransformasi menjadi ruang interaksi. Dalam hal ini ruang publik dipandang tidak terbentuk dari sebuah aktivitas atau proses komunikasi akan tetapi berdasarkan adanya akses (Brodin 2006) artinya perilaku dan komunikasi yang dilakukan oleh berbagai individu berorientasi terhadap orang lain melalui pemanfaatan berbagai akses bagi publik sebagai subjek.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang ingin dianalisis ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana sosial media sebagai *public sphere online* dalam komunikasi pembangunan?
2. Bagaimana hubungan media sosial sebagai *public sphere visual* dalam komunikasi pembangunan.

1.3 Tujuan

Tujuan dari artikel ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sosial media sebagai *public sphere online* dalam komunikasi pembangunan.
2. Untuk mengetahui hubungan media sosial sebagai *public sphere visual* dalam komunikasi pembangunan.

1.4 Novelty

Penelitian tentang ruang publik, komunikasi politik telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, beberapa temuan memberikan konsepsi baru tentang fenomena dan tren dari komunikasi politik itu sendiri. Jika dalam penelitian sebelumnya perspektif yang digunakan dominan perspektif politik makro, maka penelitian ini menggunakan perspektif ilmu komunikasi politik yang melihat pergumulan peran dan fungsi. Implikasinya ruang publik dan komunikasi politik tidak bisa dilihat secara parsial, tetapi perlu ke"utuh"an agar hasilnya bernilai universal. Penelitian ruang publik dan komunikasi politik ini diarahkan agar memberikan manfaat praktis pada pengembangan ruang publik dan praktik komunikasi politik yang dilengkapi fenomena baru.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Komunikasi Pembangunan

Komunikasi, sebagai proses sosial, dibentuk dalam kerangka spasial dan temporal tertentu. Bagaimana orang berkomunikasi, di mana dan mengapa mereka berkomunikasi, dengan siapa mereka berkomunikasi, apa dan mengapa mereka berkomunikasi, merupakan fungsi dari proses sejarah. Komunikasi tidak lebih, dan tidak kurang, dari artikulasi hubungan sosial antara orang-orang (Servaes 2014).

Komunikasi pembangunan muncul dari pandangan bahwa pembangunan sebagai pemberdayaan dan komunikasi sebagai berbagi makna bersama. Melkote dan Steeves (2015), menjelaskan bahwa fokus komunikasi pembangunan seharusnya tidak hanya memfasilitasi pembangunan, tetapi juga untuk melihat keadaan perkembangan yang tidak adil saat ini di antara masyarakat global, mendokumentasikan konsekuensi negatifnya pada masyarakat dan mengidentifikasi alasan mengapa penyebaran manfaat pembangunan semacam itu tidak merata. Bertindak secara lokal, berpengaruh secara global harus menjadi selogan abad baru dan menyandarkan semua tindakan dalam komunikasi pembangunan.

Komunikasi pembangunan diposisikan sebagai alternatif yang menggabungkan dimensi politik (demokrasi inklusif) sebagai salah satu ujung utamanya. Freidman dan Miles (2006) memahami komunikasi pembangunan dan pemberdayaan sebagai konsep yang

merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan yakni bersifat *people centred participatory, empowering and sustainable* (Servaes 2017). Mengacu pada proses intervensi strategis terhadap perubahan sosial yang diprakarsai oleh institusi dan masyarakat (Wilkins dan Mody 2001). Komunikasi pembangunan menyoroti pentingnya pemahaman wacana, secara sosial membangun sesuatu yang diperlukan secara bersama-sama. Konstruksi sosial komunikasi pembangunan bergantung pada legitimasi dari aktor-aktor dalam pemerintahan yang diperebutkan sebagai kelompok untuk mempromosikan agenda sesuai tujuan.

Secara konseptual, praktik komunikasi pembangunan lebih mengarah pada karakteristik model partisipatif. Melkote (2006) menyatakan bahwa pemberdayaan adalah salah satu dari jalur paradigma alternatif dalam komunikasi pembangunan. Dalam praktiknya, peran komunikasi pembangunan tidak semata hanya sebagai transmisi informasi dan ide-ide tentang pembangunan, tetapi bagaimana cara orang mendapatkan kendali atas kehidupan mereka (Melkote; Steeves 2001). Sementara Ife (1995) menyatakan pemberdayaan sebagai proses mendorong individu dan atau kelompok masyarakat agar dapat berkompetisi secara efektif dengan kelompok lainnya.

Konsep-konsep pembangunan partisipatif diarahkan pada bagaimana membangun modal manusia agar tujuannya dapat diimplementasikan dan mendapatkan respons dari masyarakat. Pertanyaannya adalah apakah konsep-konsep komunikasi pembangunan partisipatif ini dapat diimplementasikan secara fasih dalam pembangunan. Beberapa temuan empiris menunjukkan bahwa persoalan komunikasi pembangunan terkait erat dengan dimensi-dimensi yang lain seperti persoalan, politik, ekonomi dan budaya. Sehingga mengimplementasikan konsep komunikasi pembangunan harus juga memperhatikan unsur-unsur tersebut. Rusadi (2014) implikasi lebih jauh dari konsep-konsep komunikasi pembangunan adalah agar bagaimana program-program pembangunan dapat tersampaikan dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Konsep komunikasi pembangunan tidak lepas dari bagaimana membangun sistem komunikasi (Batubara 2013). Jika sistem yang dibangun lebih menguatkan otoritas elite lokal, pemerintah, dan kelompok kepentingan, maka konsep komunikasi mengarah pada

pengabaian aspirasi masyarakat. Karenanya, perdebatan dan kepentingan kapitalis selalu berhadapan dengan kepentingan penguatan kapasitas masyarakat dan kepentingan aspirasi publik (Setiawan, Bambang 2014). Idealnya pembangunan tidak sekedar mengejar pertumbuhan ekonomi dan menelantarkan aspek sosial, budaya dan lingkungan, tetapi lebih pada kesadaran kritis, pemberdayaan dan penguatan partisipasi masyarakat (Aminah, Sumardjo, Lubis, Susanto 2014).

2.2 Jargon Habermas

Jurgen Habermas adalah salah seorang tokoh dari Filsafat Kritis. Ciri khas dari filsafat kritisnya adalah, bahwa ia selalu berkaitan erat dengan kritik terhadap hubungan-hubungan sosial yang nyata. Pemikiran kritis merefleksikan masyarakat serta dirinya sendiri dalam konteks dialektika struktur-struktur penindasan dan emansipasi. Filsafat ini tidak mengisolasi diri dalam menara gading teori murni. Pemikiran kritis merasa diri bertanggung jawab terhadap keadaan sosial yang nyata (Magnis-Suseno 1992).

Jurgen Habermas memaparkan bagaimana sejarah dan sosiologi ruang publik melalui bukunya tersebut dan buku *civil society*. Menurutnya, ruang publik di Inggris dan Prancis sudah tercipta sejak abad ke 18. Pada zaman tersebut di Inggris orang biasa berkumpul untuk berdiskusi secara tidak formal di warung-warung kopi (*coffee houses*). Mereka di sana biasa mendiskusikan persoalan-persoalan karya seni dan tradisi baca tulis. Dan sering pula terjadi diskusi-diskusi ini melebar ke perdebatan ekonomi dan politik. Sementara di Prancis, contoh yang diberikan Jurgen Habermas, perdebatan-perdebatan semacam ini biasa terjadi di salon-salon. Warga-warga Prancis biasa mendiskusikan buku-buku, karya-karya seni baik berupa lukisan atau musik di sana. Selanjutnya Jurgen Habermas menjelaskan bahwa ruang publik merupakan media untuk mengomunikasikan informasi dan juga pandangan. Sebagaimana yang tergambarkan di Inggris dan Prancis, masyarakat bertemu, ngobrol, berdiskusi tentang buku baru yang terbit atau karya seni yang baru diciptakan. Defenisi ruang publik yang dikemukakan oleh Jurgen Habermas bahwa ruang publik merupakan media untuk mengkomunikasikan informasi dan juga pandangan ini relevan dengan peran perpustakaan sebagai media komunikasi antara pengarang melalui buku atau hasil tulisannya dengan pembaca

yang bertujuan mendapatkan informasi atau juga atau juga antara pembaca dengan pembaca dalam mendiskusikan tentang sebuah buku yang diterbitkan. Dengan kata lain perpustakaan merupakan salah satu media komunikasi sebagaimana yang diungkapkan Habermas mengenai ruang public (Yudisman 2020).

Terdapat tiga prinsip ruang publik yaitu mengungkapkan terdapat tiga prinsip utama dalam ruang publik yaitu: 1) Akses yang mudah terhadap informasi. Teknologi masa kini memungkinkan anggota masyarakat untuk mendapatkan akses terhadap informasi. Pada masa awal ruang publik berkembang, akses ini hanya dimiliki oleh sebagian kecil kelompok masyarakat, dalam hal ini kaum borjuis. Keberadaan publik sphere kemudian semakin berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan media massa. Media massa semakin memungkinkan setiap anggota masyarakat untuk menyampaikan ide maupun gagasannya untuk dibicarakan di forum-forum publik; 2) Tidak ada perlakuan istimewa (*privilege*) terhadap peserta diskusi (partisipan). Tidak adanya *privilege* diartikan bahwa setiap anggota masyarakat memiliki kesetaraan dalam proses wicara. Tidak ada kelompok yang lebih dominan atas kelompok lainnya. Inilah yang kemudian akan dijelaskan dalam bagian berikutnya sebagai ekuualitas; 3) Peserta/partisipan mengemukakan alasan rasional dalam berdiskusi mencari konsensus. Alasan rasional menjadi syarat penting terwujudnya ruang publik yang baik. Rasionalitas dalam debat akan menjamin bahwasanya debat yang berlangsung adalah debat yang dapat dipertanggungjawabkan dengan sumber informasi yang benar dan tepat, sehingga dapat menghindarkan terjadinya debat kusir ataupun pertarungan emosional antar partisipan (Rouper, Toulouse, 1998 dalam Saleh, 2004).

Ruang dianggap publik dapat diakses oleh publik tanpa batasan dan menumbuhkan komunikasi dan interaksi. Konsep ruang publik merupakan bagian vital dalam negara demokratis. Demokrasi dapat berjalan dengan baik jika dalam suatu negara terdapat ruang publik yang egaliter di mana setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dan menyampaikan idenya (Littlejohn 2009). Sementara Menurut Carr (1992) pemanfaatan ruang terbuka publik harus memiliki tiga nilai utama, yaitu responsif, demokratis, dan bermakna.

Ruang publik didedikasikan untuk kebutuhan publik dan menjadi tempat bertemunya beragam kepentingan publik. Interaksi sosial, ekonomi dan politik yang dibangun dalam ruang publik mensyaratkan adanya makna dan fungsi *akses*, *control*, dan *voice*. Pengelolaan ruang publik di Kota Serang masih belum merepresentasikan kebijakan yang pro publik, hal ini menjadi tantangan bagi *stakeholder* kebijakan publik (Malik 2018).

Ruang publik sebagai ruang milik Bersama, ruang rakyat dan ruang umat, kaya miskin, tua muda, laki-laki atau perempuan berhak berpendapat dalam mengisi ruang tersebut (Kurniawan 2020). Supriadi (2017) menjelaskan bahwa ruang publik yang dipahami sebagai *res publica* sudah terdefinisi dengan baik; *res* (urusan) dan *publica* (umum) memberi kerangka yang jelas mengenai istilah publik yang digunakan saat ini. Publik mulai diartikan sebagai urusan yang menyangkut kepentingan bersama, hajat hidup bersama, atau hidup dalam hak yang sama.

3. Kerangka Pemikiran, Hipotesis dan Metode

3.1 Kerangka Pemikiran

Persepektif komunikasi pembangunan dalam konteks kekinian dipersepsikan secara beragam sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi, dan ilmu pembangunan itu sendiri. Pergeseran tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung telah mengakibatkan perubahan cara pandangan terhadap ilmu komunikasi dan pembangunan. Arifianto (2016) melihat kelemahan konsep pembangunan yang selama ini dijalankan di antaranya adalah: (1) Model pembangunan yang berorientasi pada model *top down* yang mengacu perencanaan dan pada agenda pemerintah. Konsep pembangunan bukan bersifat *battom-up*, yang berangkat dari aspirasi masyarakat (2) Model pembangunan yang menganut teori/konsep dari barat yang tidak kontekstual dengan karakteristik negara berkembang (3) Konsep pembangunan merupakan bentuk modernisasi, yang melupakan kearifan lokal.

Program pembangunan terbentur dan terhambat oleh persoalan politik struktur dan kultur masyarakat, yang di satu sisi berhasil membangun keadaran kritis dan di sisi lainnya melakukan manipulasi pesan untuk

kepentingan politis (Wardhani 2002). Ruang dianggap publik dapat diakses oleh publik tanpa batasan dan menumbuhkan komunikasi dan interaksi. Konsep ruang publik merupakan bagian vital dalam negara demokratis. Demokrasi dapat berjalan dengan baik jika dalam suatu negara terdapat ruang publik yang egaliter di mana setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dan menyampaikan idenya. Ruang publik didedikasikan untuk kebutuhan publik dan menjadi tempat bertemunya beragam kepentingan publik. Interaksi sosial, ekonomi dan politik yang dibangun dalam ruang publik mensyaratkan adanya makna dan fungsi *akses*, *control*, dan *voice*. Pengelolaan ruang publik di Kota Serang masih belum merepresentasikan kebijakan yang pro publik, hal ini menjadi tantangan bagi *stakeholder* kebijakan publik (Malik 2018).

3.2 Hipotesis

Hipotesis dalam kajian ini adalah diduga media massa sebagai ruang *public online* untuk masyarakat dunia, dan di duga terdapat hubungan ruang publik dengan komunikasi pembangunan.

3.3 Metode

Metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan tersebut adalah *systematic literature review*. *Systematic literature review* adalah suatu metode penelitian untuk melakukan identifikasi, evaluasi dan interpretasi terhadap semua hasil penelitian yang relevan terkait permasalahan, topik tertentu dan fenomena yang menjadi perhatian. Alat bantu dalam mencari literatur penulis melakukan pencarian dengan aplikasi Harzing Publish Or Perish, dengan tahun publikasi yaitu mulai dari tahun 2014–2022.

4. Hasil Kajian

4.1 Sosial Media sebagai *Public Sphere Online*

Untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang melawan berita palsu di media sosial, diperlukan pertimbangan tentang bagaimana negara (Partai) dan masyarakat menyebarkan teknologi digital dalam proses memelihara, membentuk, dan mempertahankan ruang publik yang kuat (Habermas 1989) atau publik ganda. Sementara isu keberadaan ruang publik di Cina mungkin tetap diperdebatkan,

penelitian telah mengakui potensi emansipatoris dan deliberatif dari teknologi komunikasi dalam memfasilitasi (kontra) ruang publik dan keterlibatan politik dalam masyarakat (Jiang 2009; Lei 2019; Lewis 2013; Rosen 2010; Yang 2003; Yang 2009; Zheng 2008) Sejumlah penelitian yang ketat telah menguraikan peran yang semakin menonjol dari Internet dan media sosial dalam mendorong debat politik dan pandangan pluralistik tentang isu-isu kritis, serta dalam memfasilitasi bentuk-bentuk tindakan langsung yang lebih radikal.

Studi yang ada tentang media social dan ruang publik Sebagian besar berpendapat bahwa media sosial telah muncul sebagai forum alternatif untuk debat publik dan pertimbangan konten dalam konteks politik represif (Guo 2017; Rauchfleisch & Schafer 2014). Studi berpendapat bahwa media digital memungkinkan wacana alternatif atau bahkan agonistik tumbuh dengan potensi untuk memecah hegemoni negara-Partai (Tong 2015); Yang (2010) telah menunjukkan bahwa isu-isu berisiko tinggi menawarkan lebih sedikit peluang untuk memasuki ruang publik dibandingkan dengan isu-isu yang aman secara politik dan tidak berbahaya.

Teknologi yang muncul memungkinkan kita untuk berkomunikasi melintasi jarak yang lebih jauh dan dengan kecepatan yang lebih tinggi. Tetapi teknologi ini juga memungkinkan terciptanya bentuk-bentuk asosiasi baru, cara-cara baru untuk menjadi “publik” dengan orang lain (Ehrenfeld & Barton 2019). Namun penelitian Kruse *et al.* (2017) menghasilkan bahwa generasi x membantah jika social media sebagai ruang publik dikarenakan responden tidak terlibat dalam tindakan komunikatif khas ruang publik karena mereka menghindari wacana politik *online*. Tiga faktor memengaruhi ini: (1) ketakutan akan pelecehan *online* dan pengawasan di tempat kerja; (2) keterlibatan hanya dengan orang lain yang serupa secara politik; dan (3) penokohan media sosial sebagai tempat interaksi “bahagia”. Selain itu, kami menemukan bahwa ketiga faktor ini saling terkait, sering kali secara berurutan, dan kami mengeksplorasi persamaan dan perbedaan kecil antara Generasi Milenial dan Generasi X terkait masing-masing faktor.

4.2 Hubungan Media Sosial sebagai *Public Sphere Visual* dalam Komunikasi Pembangunan

Potensi Internet untuk berperan dalam kehidupan politik, dan perluasan ruang publik, telah didokumentasikan secara luas. Secara lebih spesifik, media sosial telah muncul sebagai arena komunikasi politik, yang banyak digunakan oleh partai politik untuk berkampanye, dan juga oleh warga untuk mengoreografin berbagai bentuk protes (Bosch *et al.* 2020).

Peran terbatas media sosial dalam memfasilitasi ruang publik yang memungkinkan orang 'untuk menantang wacana, berbagi perspektif alternatif dan mempublikasikan pendapat mereka sendiri' (Loader & Mercea 2011) di Cina memberi kami dua tantangan, Pertama, sejauh ini hanya sedikit perhatian yang secara eksplisit ditujukan kepada pihak negara (Partai) atau perusahaan media sosial –atau kekuatan gabungan keduanya– dalam membentuk ruang publik. Kedua, kurangnya perbandingan *platform* media sosial yang berbeda –dan, terutama, ruang publik yang sesuai dengan variasi– membatasi pemahaman kita tentang gambaran lengkap ekologi media sosial

Peran dominan pihak berwenang dapat membahayakan kredibilitas pesan anti-rumor dalam konteks represif di mana orang-orang membenci control rezim. Weibo berfungsi sebagai ruang publik umum yang sebagian besar didominasi oleh otoritas pemerintah dan media yang mendefinisikan dan memerangi berita palsu dengan cara yang tegas. Sebaliknya, WeChat bertindak sebagai ruang publik yang tersegmentasi untuk publik dengan minat tertentu –dalam hal ini, komunitas sains tentang pandemi COVID-19 (Pang *et al.* 2022).

Dominasi *platform*, ancaman terhadap kebebasan media, dan disinformasi adalah beberapa fenomena utama yang membentuk lingkungan media saat ini di Eropa dan mengancam hak komunikasi warga. Dalam konteks ini, Media Layanan Masyarakat (PSM) dapat memainkan peran penting, meskipun dukungan politik secara eksplisit diperlukan (Castro *et al.* 2020).

5. Penutup

Studi yang ada tentang media sosial dan ruang publik sebagian besar berpendapat bahwa media sosial telah muncul sebagai forum alternatif untuk debat publik dan pertimbangan konten dalam konteks politik represif (Guo 2017; Rauchfleisch & Schafer 2014). Studi berpendapat bahwa media digital memungkinkan wacana alternatif atau bahkan agonistik tumbuh dengan potensi untuk memecah hegemoni negara-Partai (Tong 2015); Yang (2010) telah menunjukkan bahwa isu-isu berisiko tinggi menawarkan lebih sedikit peluang untuk memasuki ruang publik dibandingkan dengan isu-isu yang aman secara politik dan tidak berbahaya. Dalam *The Structural Transformation of the Public Sphere*, salah satu wawasan besar Habermas adalah bahwa ekonomi tidak hanya menentukan siapa yang dapat berpartisipasi dalam ruang publik tetapi juga bagaimana mereka akan berpartisipasi. Sederhananya, ekonomi bertindak sebagai mediator yang menentukan bentuk dan isi pidato publik yang efektif (Stewart & Hartmann 2020). Ruang Publik Juga banyak digunakan untuk “melobi”, ini sering dilakukan di komunikasi politik (Dinan 2021).

Daftar Pustaka

- Bosch T.E, Admire M, Ncube M. 2020. Facebook and Politics In Africa: Zimbabwe and Kenya. *Media, Culture & Society*. 2020, Vol. 42 (3) 349-364.
- Castro MR, Freire FC, Cepeda AL. 2020. Public Service Media As A Political Issue. *Journal Of Information Policy*, Vol.10, 2020.
- Dinan W. 2021. Lobbying Transparency: The Limits of EU Monitory Democracy. *Politics and Governance Vol 9 Issue 1 2021 pages 237-247*.
- Habermas Jurgen, 1991. *The Structural Transformation of The Public Sphere. Public sphere, First MIT Press paperback edition, 1991. This translation 1989 Massachusetts Institute of Technology. This work originally appeared in German under the Title Strukt-ttwai-dedle rOflet-Illicreil, 1962 Hermann Luchterhand Verlag, Darrnstadt and Neuwied, Federal Republic of Germany*.
- Littlejohn, Stephen W. & Foss, K.A (Ed). 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. California : Sage Publication.
- Malik A. 2018. Ruang Publik Sebagai Representasi Kebijakan Dan Medium Komunikasi Publik. *Jurnal SAWALA Vol.6 No. 2, Oktober 2018. Hlm 82-88*.
- Supriadi, Y. 2017. Relasi Ruang public dan Pers menurut Habermas. *Kajian Jurnalisme*.1(1).

- Kurniawan, A. 2020. Peran Masjid Sebagai Sentra Dakwah Moderasi. *Jurnal Komunikasi Islam*. Vol.10, Nomor 01, Juni 2020.
- Kruse, LM, Norris DR, Flinchum JR. 2017. Sosial Media as a Public Sphere? Politics on Social Media. *The Sociological Quarterly*. 2020.
- Franz Magnis-Suseno, Filsafat Sebagai Ilmu Kritis, Yogyakarta: Kanisius, 1992, hal. 176.
- Yudisman, S N. 2020. Analisis Peran Perpustakaan Umum Sebagai Ruang Publik Dari Perspektif Teori Sosial Public Sphere Jurgen Habermas. *Maktabatuna: Jurnal Kajian Kepustakawanan* Vol. 2, No. 2, 2020. H.157-172.
- Wilkins KG, Mody B. 2001. *Reshaping development communication: Developing communication and communicating development*. *Communication Theory*. 11(4): 385-396. doi: 10.1111/j.1468-2885. 2001.tb00249.x.
- Melkote SR, Steeves HI. 2001. *Communication for Development In The Third World, Theory And Practice For Empowermen*. New Delhi Sage:
- Melkote SR, Steeves HI. 2006. *Evvert M. Rogers and His Contributions to The Field of Communication and Social Change in Developing Countries*. New delhi (IN): I Thousand oaks I London Sage Publications.
- Brennen, J.S, F.Simon, P.N.Howard, R.K.Nielsen, Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation, vol. 7, Reuters Institute, 2020, pp. 1-13.
- Zarocostas, J. How to fight an infodemic, *Lancet* 395 (10225) (2020) 676.
- Kim, H.K.J. Ahn, L. Atkinson, L.A. Kahlor, Effects of COVID-19 misinformation on information seeking, avoidance, and processing, *Sci. Commun.* 42 (5) (2020) 586-615.
- Fleming. N, Coronavirus misinformation, and how scientists can help to fight it, *Nature* 583 (7814) (2020) 155-156.
- Cinelli M, W. Quattrociocchi, A. Galeazzi, C.M. Valensise, E. Brugnoli, A. L. Schmidt, P. Zola, F. Zollo, A. Scala, The COVID-19 social media infodemic, *Sci. Rep.* 10 (2020) 16598.
- O.D.Apuke, B.Omar, Fakenews and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users, *Telematics Inf.* 56 (2020) 101475.
- Balakrishnan V, K.S. Ng, H.A. Rahim, To share or not to share - the underlying motives of sharing fake news amidst the COVID-19 pandemic in Malaysia, *Technol. Soc.* 66 (2021) 101676.
- Raj. C, P. Meel, People lie, actions Don't! Modeling infodemic proliferation predictors among social media users, *Technol. Soc.* 68 (2022) 101930.
- Hartley. K, M.K. Vu, Fighting fake news in the COVID-19 era, *Pol. Sci.* 53 (4) (2020) 735-758.
- Habermas J, *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Translated by Thomas Berger, MIT Press, Cambridge, MA, 1989.

- Pang, H, Liu, J., Lu J. 2020. Tackling Fake News In Socially Mediated Public Sphere: A comparison of Weibo and WeChat. *Tchnology In Society* 70 (2022) 102004.
- M. Jiang, Authoritarian deliberation on Chinese internet, *Electron. J. Commun.* 20 (2009).
- Stewart E, Hartmann D. 2020. The New Structural Transformation Of The Public Sphere. *Sociological Theory* 1-22.
- Y.-W. Lei, *The Contentious Public Sphere*, Princeton University Press, Princeton, NJ, 2019.
- O.A. Lewis, Net inclusion, *J. Contemp. Asia* 43 (4) (2013) 678-708.
- Rosen S, Is the Internet a positive force in the development of civil society, a public sphere and democratization in China? *Int. J. Commun.* 4 (2010).
- Yang G, The Internet and civil society in China: a preliminary assessment, *J. Contemp. China* 12 (36) (2003) 453-475.
- Yang G, *The Power of the Internet in China*, Columbia University Press, New York, 2009.
- L. Guo, WeChat as a semipublic alternative sphere, *Int. J. Commun.* 11 (2017) 21.
- Rauchfleisch, M.S. Schafer, Multiple public spheres of Weibo, *Inf. Commun. Soc.* 18 (2) (2014) 139-155.
- J. Tong, The formation of an agonistic public sphere, *China Inf.* 29 (3) (2015) 333-351.
- G. Yang, Brokering environment and health in China, *J. Contemp. China* 19 (63) (2010) 101-118.
- Loader B.D, D. Mercea, Networking democracy? *Inf. Commun. Soc.* 14 (6) (2011) 757-769.
- Ehrenfeld D, Barton M. 2019. Online Public Spheres In The Era of Fake News: Implications For The Composition Classroom. *Computers and Composition* 54 (2019) 102525.

Strategi Komunikasi dalam Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan

Faris Budiman Annas

Ikhtisar

Sektor pariwisata yang selama dua tahun terakhir ini tertekan cukup parah diakibatkan oleh pandemi, berangsur-angsur memulih. Pembukaan kembali Bali untuk wisatawan internasional pada maret 2022 lalu, menjadi salah satu indikator pemulihan sektor pariwisata dalam negeri (Kamalina 2022). Pemulihan sektor pariwisata di Indonesia menjadi tantangan tersendiri dalam pengelolaannya. Weaver (2006) menjelaskan bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah pengembangan kepariwisataan yang dapat memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana posisi Indonesia terhadap pembangunan kepariwisataan berkelanjutan? Lalu Bagaimana strategi dan peran komunikasi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan? dan Bagaimana implementasi teori komunikasi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan di Indonesia? Metode yang digunakan pada makalah ini antara lain adalah studi literatur pada tinjauan pustaka. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Metode pengumpulan data adalah studi pustaka. Hasil penelusuran studi pustaka menunjukkan bahwa Berdasarkan UU Republik Indonesia No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, dijelaskan secara jelas bahwa keberlanjutan merupakan salah satu asas yang perlu diperhatikan dalam pembangunan kepariwisataan. Godemann *et al.* (2011) menjelaskan bahwa komunikasi keberlanjutan merupakan proses komunikasi untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) di masyarakat terhadap nilai-nilai keberlanjutan.

Kata Kunci : Pembangunan Pariwisata, Komunikasi Keberlanjutan

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata yang selama dua tahun terakhir ini tertekan cukup parah diakibatkan oleh pandemi, berangsur-angsur memulih. Pembukaan kembali Bali untuk wisatawan internasional pada maret 2022 lalu, menjadi salah satu indikator pemulihan sektor pariwisata dalam negeri (Kamalina 2022). Bukan hanya itu, turis asing yang masuk ke Indonesia pun bebas dari karantina. (Puspa 2022). Geliat pulihnya sektor pariwisata di Indonesia bukan hanya dari sisi wisatawan mancanegara, wisatawan domestik pun perlahan-lahan membaik (*Libur Panjang* 2022).

Pemulihan sektor pariwisata di Indonesia menjadi tantangan tersendiri dalam pengelolaannya. Berdasarkan UU Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, dijelaskan secara jelas bahwa keberlanjutan merupakan salah satu asas yang perlu diperhatikan dalam pembangunan kepariwisataan. Pada Pasal 6, Undang-Undang tersebut juga dijelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

Weaver (2006) menjelaskan bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah pengembangan kepariwisataan yang dapat memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Sementara itu, *UN World Tourism Organization* mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai pariwisata yang mempertimbangkan sepenuhnya terhadap dampak ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dan masa depan dan mampu memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat tuan rumah atau lokal (unwto.org).

Beberapa kasus terdahulu, menunjukkan bahwa pariwisata yang dikelola secara tidak berkelanjutan justru memberikan dampak negatif yang merugikan. Masih teringat jelas bahwa pada 2017 lalu, kapal pesiar MV *Caledonian Sky* yang sedang melakukan perjalanan wisata menuju

Bitung, Sulawesi kandas di perairan Raja Ampat. Kapal yang dinahkodai oleh Kapten Keith Michael Taylor ini merusak 8 genus karang secara berkeping-keping dan diperkirakan pemulihan terumbu karang ini membutuhkan waktu 10 tahun (Andryanto 2021).

Sementara itu, dampak negatif pariwisata misalnya kebocoran ekonomi, kerusakan lingkungan alam dan kepadatan penduduk untuk beberapa nama. Dampak positif terhadap suatu destinasi termasuk penciptaan lapangan kerja, pelestarian dan interpretasi warisan budaya, restorasi lanskap pelestarian satwa liar, dan lainnya tanpa memperhatikan nilai-nilai keberlanjutan, pembangunan pariwisata hanya semata-mata berorientasi pada keuntungan material tanpa memperhatikan dampak masa depan dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Bukan hanya aspek lingkungan, pembangunan pariwisata juga berdampak dari sisi sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Swesti (2019) menjelaskan bahwa pembangunan pariwisata di Aceh memicu munculnya konflik kepentingan di antara para pemangku kepentingan, dan munculnya masalah-masalah sosial seperti misalnya perjudian dan prostitusi.

Weaver (2006) menjelaskan bahwa dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan terdapat beberapa indikator yang perlu diperhatikan. Indikator-indikator ini pada dasarnya telah dikembangkan oleh United Nation WTO sejak tahun 90-an. Berikut ini beberapa indikator inti yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan menurut UNWTO di antaranya; perlindungan situs, *stres*, *use intensity*, dampak sosial, kontrol pembangunan, manajemen limbah, proses perencanaan, ekosistem kritis, kepuasan konsumen, kepuasan penduduk lokal, dan kontribusi pariwisata terhadap ekonomi lokal.

Komunikasi memiliki peranan penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. Komunikasi keberlanjutan dalam pariwisata bertujuan untuk membuat konsumen/wisatawan sadar akan ketersediaan produk perjalanan/wisata yang berkelanjutan, sehingga meyakinkan konsumen bahwa produk wisata tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka dan juga ramah terhadap nilai-nilai keberlanjutan (Tölkes 2018). Ia juga menjelaskan bahwa dalam komunikasi keberlanjutan di sektor pariwisata, perlu memperhatikan beberapa aspek yakni dari aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam tulisan ini adalah sebagai berikut;

- a. Bagaimana posisi Indonesia terhadap pembangunan kepariwisataan berkelanjutan?
- b. Bagaimana strategi dan peran komunikasi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan ?
- c. Bagaimana implementasi teori komunikasi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan di Indonesia ?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam makalah ini adalah sebagai berikut ;

- a. Menjelaskan posisi Indonesia terhadap pembangunan kepariwisataan berkelanjutan
- b. Menjelaskan strategi dan peran komunikasi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan.
- c. Menjelaskan implementasi teori komunikasi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan di Indonesia.

1.4 Novelty

Pada makalah ini didapatkan beberapa kebaruan dari sisi teoritis. Kebaruan pada makalah ini antara lain;

- a. Menemukan perkembangan terkini terkait kajian komunikasi keberlanjutan dalam konteks pembangunan pariwisata.
- b. Menganalisis strategi dan peran komunikasi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan.
- c. Menjelaskan perkembangan terkini terkait implementasi teori komunikasi dalam pembangunan pariwisata.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada makalah ini antara lain adalah studi literatur pada tinjauan pustaka. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Metode pengumpulan data adalah studi pustaka. Data yang diperoleh dikompulsi, dianalisis, dan disimpulkan sehingga mendapatkan kesimpulan mengenai studi literatur (Melfianora 2017).

2. Tinjauan Literatur

2.1 Prinsip Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Dalam pengembangan kepariwisataan ada 4 komponen yang harus dipenuhi yaitu *attractions*, *accessibilities*, *amenities*, dan *ancillary services*. *Attractions* (atraksi) adalah daya tarik yang ditawarkan dari suatu kawasan pariwisata, seperti keindahan alam, kebudayaan daerah, dan lain-lain. *Accessibilities* (aksesibilitas) merupakan akses transportasi yang tersedia menuju dan di dalam kawasan pariwisata, seperti adanya jalur penerbangan, kereta, bus, atau kapal menuju kawasan pariwisata. Selain itu, di dalam kawasan juga tersedia moda transportasi yang dapat digunakan wisatawan untuk menuju objek wisata yang tersedia dalam kawasan pariwisata tersebut. *Amenities* (amenitas atau fasilitas) merupakan akomodasi yang tersedia di kawasan pariwisata seperti adanya tempat penginapan (hotel, homestay, hostel, dan lain-lain), rumah makan, fasilitas kesehatan, tempat penjualan souvenir, tempat hiburan, tempat pengolahan sampah/limbah, listrik, air bersih, dll. *Ancillary services* merupakan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan, seperti asosiasi perhotelan, asosiasi pemandu wisata, asosiasi biro perjalanan, dan lain-lain (Qodriyatun 2019).

Konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) muncul diakibatkan oleh dampak buruk dari kegiatan pariwisata, terutama pada masa tumbuh dan berkembangnya pariwisata massal (*mass tourism*) di berbagai destinasi pariwisata di dunia. Pariwisata massal pada waktu itu sangat identik dengan perencanaan yang buruk, tidak terkendali (sporadis), dan terkesan hanya mementingkan pertumbuhan ekonomi semata atau materialistis, sehingga seringkali dapat mengikis atau mengurangi kemampuan daya dukung, baik sumber daya alam maupun sumber daya sosial

budaya. Dampak buruk tersebut dapat merusak keberlangsungan ekonomi masyarakat secara jangka panjang. Oleh sebab itu, munculah konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan yang diharapkan bisa meminimalkan dampak buruk atau dampak negatif pembangunan pariwisata secara jangka panjang (Hidayah 2021).

Global Tourism Organization menjelaskan Pariwisata Berkelanjutan mengacu pada praktik berkelanjutan di dalam dan oleh industri pariwisata. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif. Pariwisata Berkelanjutan mengacu pada praktik berkelanjutan di dalam dan oleh industri pariwisata. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif (gstcouncil.org).

Dalam pengembangan pariwisata tersebut ada tiga bidang pokok yang dipengaruhi, yaitu kondisi ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan hidup dari kawasan wisata. Harapannya pengembangan pariwisata akan berdampak positif tidak hanya terhadap pembangunan ekonomi (peningkatan pendapatan), tetapi juga terhadap kondisi sosial budaya (kesejahteraan masyarakat meningkat dengan kelestarian budaya tetap terjaga) dan kondisi lingkungan (kelestarian lingkungan terjaga). Untuk itulah pengembangan pariwisata yang berkelanjutan diperlukan. (Qodriyatun 2019)

Konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) diadopsi dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang pertama diperkenalkan oleh WCED (*World Commission on Environment and Development*) di Brundtland Report tahun 1987. *The World Tourism Organization* (UNWTO) dengan mengadopsi konsep tersebut mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai "*form of tourism that are consistent with natural, social, and community values and which allow both host and guest to enjoy positive and worthwhile interaction and shared experience* (bentuk pariwisata yang selaras dengan alam, dan nilai-nilai sosial budaya masyarakat, di mana antara kedua belah pihak yaitu tuan rumah dan tamu saling menikmati dan saling berbagi pengalaman baru di antara mereka) (Edington & Smith sebagaimana dikutip Suwena 2010: 279).

Ada tiga komponen yang harus dipenuhi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan menurut Heillbronn (sebagaimana dikutip Tamaratika dan Rozyidie 2017) yaitu berkelanjutan secara lingkungan,

berkelanjutan secara ekonomi, dan berkelanjutan secara sosial budaya. Berkelanjutan secara lingkungan dilakukan melalui pemanfaatan sumber daya lingkungan secara optimal melalui pembatasan sumber daya, mempertahankan proses ekologi, dan menjaga kelestarian serta keberadaan warisan alam dan keanekaragaman hayati pada destinasi wisata. Berkelanjutan secara ekonomi dilakukan dengan mengurangi tingkat kemiskinan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja. Sementara, berkelanjutan secara sosial budaya dilakukan melalui menjaga keaslian sosial budaya masyarakat setempat dengan aturan dan ketentuan yang disepakati bersama, pelestarian nilai warisan budaya dan adat setempat, serta meningkatkan toleransi dan pemahaman antarbudaya (Qodriyatun 2019).

Pariwisata menjadi bagian tidak terpisahkan dari pembangunan suatu daerah dan terintegrasi dalam kerangka peningkatan kesejahteraan masyarakat baik lokal maupun nasional. Untuk itu, diperlukan adanya kemauan dan kesungguhan dari pemangku kebijakan pariwisata dengan meningkatkan wawasan dan pemahaman tentang aspek-aspek penting dalam kepariwisataan yang dapat memunculkan program pengembangan pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan (Sulhaini 2019).

2.2 Komunikasi Partisipatif

Komunikasi partisipatif adalah suatu proses komunikasi dimana terjadi komunikasi dua arah atau dialogis, sehingga menghasilkan suatu pemahaman sama terhadap pesan yang disampaikan. Secara historis, gagasan lahirnya komunikasi partisipasi diilhami oleh pemikiran intelektual dari Amerika Latin terutama Paulo Freire, kemudian diikuti oleh Luis Ramiro Beltran, dan Juan Diaz Bordenave. Intelektual tersebut beranggapan bahwa paradigma modernisasi tidak relevan atau bahkan membahayakan. Istilah Participatory Communication sendiri pertama kali digunakan secara resmi dalam sebuah seminar di Amerika Latin pada tahun 1978 yang disponsori oleh Center for Advanced Studies and Research for Latin America (Huesca dalam Hadiyanto 2008).

Komunikasi partisipatif lekat dengan model komunikasi yang berisi lima konsep utama, yaitu (1) dialog, (2) penyadaran (*conscientization*), (3) praxis, (4) perubahan (*transformation*), dan (5) kesadaran kritis (*critical consciousness*) (McPhail 2009). Menurut Tufte dan Mefalopulos

(2009), terdapat empat prinsip dasar yang melandasi proses komunikasi partisipatif. Keempat prinsip tersebut, harus saling mendukung satu sama lainnya dalam sebuah program pembangunan partisipatif. Sebab, tanpa mengandalkan prinsip-prinsip tersebut komunikasi partisipatif tidak akan berjalan sebagaimana mestinya, yang menyebabkan tidak optimalnya suatu program atau kegiatan pembangunan. Prinsip dasar tersebut adalah: (1) dialog, (2) *voice*, (3) *liberating pedagogy* dan (4) *action-reflection-action*. (Sutowo 2020).

Dialog, kebebasan dan keterbukaan dalam dialog merupakan prinsip dasar komunikasi partisipatif (Sutowo 2020). Liliwari (2011) menyebutkan bahwa dialog merupakan komunikasi terstruktur yang mengandalkan perhatian penuh, mendengarkan secara aktif tentang akar yang paling dalam dari perasaan, keyakinan dan pengalaman. Menurutnya, dalam dialog tidak hanya melibatkan pikiran, tetapi terutama hati. Dialog tertarik pada hubungan antara peserta yang hatinya terikat oleh topik atau tema yang dapat dieksplorasi bersama.

2.3 Komunikasi Keberlanjutan (*sustainability communication*)

Godemann *et al.* (2011) menjelaskan bahwa komunikasi keberlanjutan merupakan proses komunikasi untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) masyarakat dan nilai-nilai keberlanjutan. Komunikasi keberlanjutan mengutamakan nilai-nilai dan norma seperti nilai keadilan dan nilai intragenerasi. Komunikasi keberlanjutan berusaha memahami penyebab dan dampak yang akan timbul diakibatkan dari berbagai interaksi individu dan masyarakat dalam mengambil tindakan dan pengaruhnya terhadap pembangunan.

Proses komunikasi dan usaha mencapai saling pengertian ini dapat terjadi pada tingkat yang berbeda dan dalam konteks yang berbeda: seperti pada tingkat individu, antara individu dan lembaga, antara lembaga dan dalam lembaga, di sekolah dan universitas, di media, dalam politik, dalam bisnis, pariwisata, dan pada masyarakat, di tingkat regional, nasional dan internasional. Keberhasilan komunikasi tentang keberlanjutan dan pembangunan berkelanjutan tergantung pada sejumlah besar faktor.

(Tölkes, 2018) menjelaskan bahwa komunikasi keberlanjutan dalam pembangunan pariwisata bertujuan untuk membangun kesadaran wisatawan terhadap nilai-nilai keberlanjutan dalam berwisata. Selain itu, komunikasi keberlanjutan juga bertujuan agar nilai-nilai keberlanjutan dalam pariwisata dalam berdampak positif dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

2.4 Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism)

Community-Based Tourism (CBT) merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada pemberian kesempatan kepada masyarakat lokal untuk ikut berkontribusi dalam manajemen perencanaan dan pengelolaan pariwisata setempat, melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat (Adikampana 2017). Pendekatan ini membutuhkan dukungan dari pemerintah agar bersama-sama dengan masyarakat meningkatkan dan mengembangkan pembangunan guna mencapai kesejahteraan bersama.

Kepariwisata berbasis masyarakat merupakan pengelolaan kepariwisataan pada suatu wilayah yang menitikberatkan peran aktif masyarakat. Hal tersebut didasarkan kepada kenyataan bahwa masyarakat memiliki pengetahuan tentang alam serta budaya yang menjadi potensi dan nilai jual sebagai daya tarik wisata, sehingga pelibatan masyarakat menjadi mutlak. Pola ekowisata berbasis masyarakat mengakui hak masyarakat lokal dalam mengelola kegiatan wisata di kawasan yang mereka miliki secara adat maupun sebagai pengelola. Dengan adanya pola ekowisata berbasis masyarakat bukan berarti masyarakat akan menjalankan usaha ekowisata sendiri (Hijriati dan Mardiana 2014).

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan usaha pariwisata yang menitikberatkan peran aktif komunitas. Pariwisata berbasis masyarakat dapat menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat lokal dan mengurangi kemiskinan, dimana penghasilan ekowisata adalah dari jasa-jasa wisata untuk turis, seperti ongkos transportasi, pemandu wisata, penginapan, dan menjual kerajinan masyarakat. Pada akhirnya, ekowisata membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan,

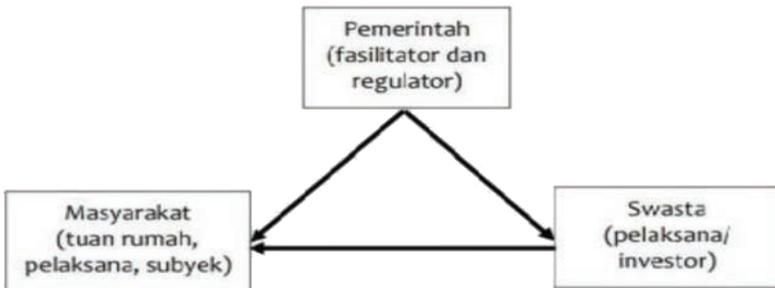
kearifan lokal dan pelestarian budaya masyarakat setempat. Pelestarian budaya lokal dan kearifan lokal secara tak langsung juga menumbuhkan jati diri dan rasa bangga di antara penduduk setempat. Hal ini seiring dengan meningkatnya kegiatan ekowisata (Baskoro 2016).

Pariwisata berbasis partisipasi masyarakat dijalankan berdasarkan pada prinsip keseimbangan keselarasan antara kepentingan *stakeholder* pembangunan kepariwisataan di antaranya pemerintah, swasta dan masyarakat. Masyarakat sebagai pelaku utama dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat berperan di semua lini pembangunan dalam segi perencanaan investor pengelola pelaksana pemantauan dan evaluator (Rahmayanti *et al.* 2019).

Hiarley (2013) menemukan bahwa strategi meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengelolaan wilayah pesisir adalah dengan pengelolaan wilayah pesisir berbasis masyarakat (*co-management*). Dalam strategi tersebut, masyarakat memiliki kewenangan cukup dalam pengelolaan dan terakomodasinya kepentingan masyarakat dalam proses pengelolaan. Sebagaimana disampaikan Ticoalu dkk. (2013) bahwa keberhasilan program karena masyarakat, pemerintah dan pengusaha memiliki kontribusi yang relatif sama terhadap moral, ditinjau dari pemberdayaan masyarakat pesisir

Kunci pengaturan pembangunan pariwisata berbasis *Community-Based Tourism*, meliputi beberapa hal, yaitu: (1) Adanya dukungan pemerintah; (2) Partisipasi dari stakeholder; (3) Pembagian keuntungan yang adil; (4) Penggunaan sumber daya lokal secara berkesinambungan; (5) Penguatan institusi lokal; (6) Keterkaitan antara level regional dan nasional (Pantiyasa 2011). Berdasarkan prinsip-prinsip tersebut tentunya CBT yang baik adalah pengelolaan kepariwisataan yang mengindahkan kaidah-kaidah keberlanjutan.

Senada dengan hal tersebut, Wearing *et al.* (2001) menyatakan bahwa masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata, dalam keseluruhan tahapan mulai tahap perencanaan, pengawasan dan implementasi. Artinya masyarakat lokal memiliki kedudukan yang sama penting dengan pemerintah dan swasta sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata, seperti ditunjukkan pada Gambar 1. (Mamengko dan Kuntari 2020).



Gambar 1 Pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata (Mamengko dan Kuntari 2020)

2.5 Indonesia dan Visi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Visi Indonesia terhadap pembangunan kepariwisataan berkelanjutan secara gamblang termaktub dalam undang UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan juga dijelaskan bahwa kepariwisataan di Indonesia diselenggarakan berdasarkan beberapa asas di antaranya; a. manfaat; b. kekeluargaan; c. adil dan merata; d. keseimbangan; e. kemandirian; f. kelestarian; g. partisipatif; h. berkelanjutan; i. demokratis; j. kesetaraan; dan k. Kesatuan.

Sementara itu, UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan juga menjelaskan beberapa prinsip penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia di antaranya:

- a. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
- b. Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal;

- c. memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
- d. memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;
- e. memberdayakan masyarakat setempat;
- f. menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antarpusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan;
- g. mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan
- h. memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berdasarkan asas dan prinsip di atas, sangat jelas bahwa Indonesia memiliki visi yang jelas terhadap nilai-nilai keberlanjutan dalam pembangunan kepariwisataan. Hal tersebut secara rinci dijelaskan pada pembukaan UU No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. Selain itu, dalam asas dan prinsip penyelenggaraan kepariwisataan di atas pula secara gamblang bahwa Indonesia mengedepankan asas dan prinsip penyelenggaraan kepariwisataan yang berkelanjutan.

Asas dan prinsip yang tertuang dalam UU Kepariwisata Indonesia sesuai dengan konsep pariwisata berkelanjutan yang diusung oleh Weaver (2006). Weaver (2006) menuturkan bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah pengembangan kepariwisataan yang dapat memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.

Sementara itu jika dilihat dari Peraturan Pemerintah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025 dijelaskan bahwa Visi pembangunan kepariwisataan nasional adalah terwujudnya Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat.

Dalam PP terkait Ripparnas tahun 2010–2025 tersebut juga dijelaskan mengenai arah pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf e meliputi pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan: a. dengan berdasarkan prinsip Pembangunan Kepariwisata yang berkelanjutan; b. dengan orientasi pada upaya peningkatan pertumbuhan, peningkatan kesempatan kerja,

pengurangan kemiskinan, serta pelestarian lingkungan; c. dengan tata kelola yang baik; d. secara terpadu secara lintas sektor, lintas daerah, dan lintas pelaku; dan e. dengan mendorong kemitraan sektor publik dan privat.

Dilansir dari situs Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf), bahwa saat ini Kemenparekraf tidak lagi fokus mengejar angka kunjungan wisatawan di Indonesia saja, tapi lebih fokus pada usaha mendorong pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* di Indonesia. Tujuannya adalah agar pengembangan konsep berwisata yang dilakukan dapat memberikan dampak jangka panjang. Baik itu terhadap lingkungan, sosial, budaya, serta ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi seluruh masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung (kemenparekraf.go.id 2021).

Dalam upaya mengembangkan *sustainable tourism*, Kemenparekraf/ Baparekraf memiliki empat pilar fokus yang dikembangkan. Di antaranya pengelolaan bisnis berkelanjutan (bisnis pariwisata), ekonomi berkelanjutan (sosio ekonomi) jangka panjang, keberlanjutan budaya (*sustainable culture*) yang harus selalu dikembangkan dan dijaga, serta aspek lingkungan (*environment sustainability*). Berbekal 4 pilar utama tersebut, tren pariwisata berkelanjutan akan menjadi kegiatan berwisata yang banyak diminati wisatawan. Tidak sekadar berlibur, setiap wisatawan juga tetap memperhatikan protokol berwisata yang berkaitan dengan kesehatan, keamanan, kenyamanan, dan kelestarian alam. Menariknya, sebenarnya konsep *sustainable tourism* bukanlah hal baru di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya destinasi wisata berbasis *sustainable tourism* yang masih terus bertahan hingga sekarang (kemenparekraf.go.id 2021).

2.6 Komunikasi dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia

A. Komunikasi Partisipatif dalam Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat

Dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*), komunikasi tentunya memiliki peranan penting. Baskoro (2016) menjelaskan bahwa pariwisata berbasis masyarakat merupakan usaha pariwisata yang menitikberatkan peran aktif komunitas. Sementara

itu, Adikampana (2017) menjelaskan bahwa *Community-Based Tourism* (CBT) merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada pemberian kesempatan kepada masyarakat lokal untuk ikut berkontribusi dalam manajemen perencanaan dan pengelolaan pariwisata setempat, melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat.

Peran aktif masyarakat dalam pembangunan pariwisata di daerahnya tentunya tidak akan tercapai tanpa adanya partisipasi dan dialog antara pihak-pihak yang terkait. Komunikasi partisipatif adalah suatu proses komunikasi di mana terjadi komunikasi dua arah atau dialogis, sehingga menghasilkan suatu pemahaman sama terhadap pesan yang disampaikan (Hadiyanto 2008).

Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat merupakan pendekatan pembangunan pariwisata yang penting dalam pengembangan desa wisata, dan komunikasi partisipatif merupakan tulang punggung dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Komunikasi partisipatif merupakan elemen yang penting dalam pembangunan kepariwisataan di suatu daerah dalam konteks mikro, misalnya seperti pembangunan desa wisata. Rakhmadani (2021) menjelaskan bahwa dengan melihat pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan masyarakat (*community development*) maka upaya pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan komunikasi pembangunan partisipatif menjadi perwujudan dalam mengembangkan sebuah produk pemberdayaan desa wisata.

Salah satu contoh kasusnya yaitu penerapan komunikasi pembangunan partisipatif dalam pengembangan Desa Wisata Sajen Edu Adventure melalui pemberdayaan masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Rakhmadani (2021) menunjukkan bahwa melalui pemberdayaan masyarakat yang sifatnya partisipatif, masyarakat bersama-sama dengan mahasiswa melakukan proses pengembangan pariwisata, mulai dari mengidentifikasi potensi sumber daya alam, melakukan beberapa perubahan dalam pengembangan wisata hingga ikut serta merancang dan juga terlibat aktif dalam pelatihan yang disediakan terkait manajemen kepariwisataan hingga peluncuran eduwisata.

Sementara itu, riset yang dilakukan oleh Kusuma (2018) menjelaskan bahwa komunikasi partisipatif merupakan komponen penting dalam pengelolaan pariwisata desa berbasis masyarakat di Desa Wisata Joho, Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri. Kusuma (2018) menemukan bahwa upaya komunikatif yang dibentuk oleh pemerintah desa dan Pokdarwis Podang Lestari dalam mewujudkan gagasan desa wisata adalah melalui dialog dengan orang-orang di luar kelompok sadar wisata. Dialog dipilih oleh pemerintah desa dan Pokdarwis sebagai upaya melibatkan masyarakat lokal dalam setiap kegiatan dan pengambilan keputusan terkait desa wisata. Selanjutnya, melalui media cangkrukan pemerintah desa dan Pokdarwis berharap dapat menyampaikan gagasan mengenai desa wisata dan memperoleh respons langsung dari masyarakat sehingga mampu menentukan strategi untuk menggalakkan masyarakat sadar wisata dengan cara mengobrol secara santai dan tidak formal. Sementara untuk mempercepat tersampainya informasi terkait desa wisata pemerintah dan Pokdarwis memiliki akun group yang tersedia pada media sosial whatsapp guna berbagi informasi terkini terkait dengan kegiatan pariwisata Desa Wisata Joho.

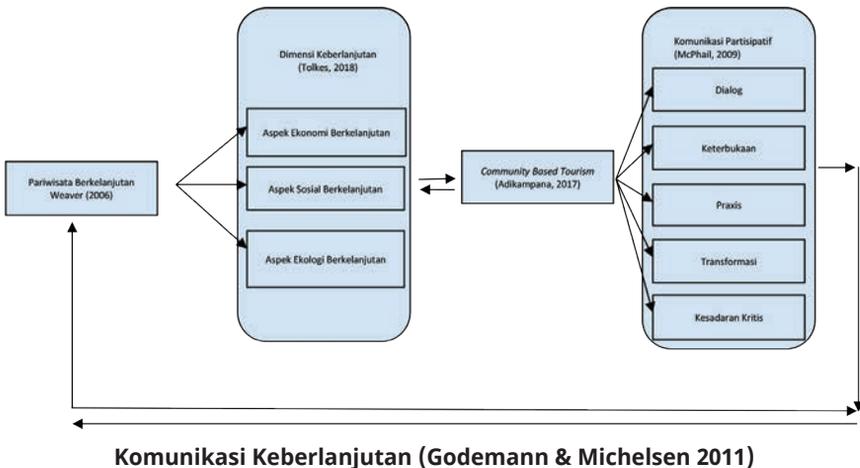
B. Komunikasi Keberlanjutan dan Pembangunan Kepariwisata di Indonesia

Media sosial merupakan peluang yang besar yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah dalam mengkomunikasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam pembangunan pariwisata. Atiko *et al.* (2016) menjelaskan bahwa promosi pariwisata dalam negeri dengan menggunakan media instagram merupakan hal yang menarik.

Manap dan Adzharudin (2013) menjelaskan bahwa dalam sektor pariwisata, situs web dan media sosial memberikan banyak informasi mengenai pengalaman dan ulasan tentang suatu tujuan destinasi, properti, fasilitas dan restoran (Litvin & Hoffman 2012). Apa yang dahulu terekam dalam bentuk tradisional kini terdigitalisasi dan dapat diakses secara global (Munar 2012). Sementara itu, Trusov *et al.* (2009) mendefinisikan media sosial sebagai media yang dapat menyediakan wadah bagi penggunanya untuk berbagi pengalaman dan pendapat dengan orang lain yang memiliki media sosial yang sama di mana dari penggunaan media sosial dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi orang lain.

Sementara itu, Kaplan & Haenlein (2010: 61) mendefinisikan media sosial sebagai media 'yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna. Media sosial menunjukkan perpindahan kebiasaan dari konsumsi pasif terhadap pesan menjadi komunikasi yang mengedepankan interaktivitas. Situs web media sosial memungkinkan penggunaannya untuk menyebarkan pengalaman mereka (Yu 2012). Berdasarkan penjelasan di atas, media sosial dapat dijadikan wadah bagi pengguna internet untuk saling bertukar informasi terkait pesan-pesan keberlanjutan (*sustainability*). Media sosial merupakan ruang publik untuk mengedukasi masyarakat terkait nilai-nilai keberlanjutan dalam pariwisata. Hal ini tentunya menjadi peluang dalam komunikasi keberlanjutan dalam pembangunan kepariwisataan.

2.7 Kerangka Pemikiran



3. Penutup

3.1 Kesimpulan

Konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) muncul diakibatkan oleh dampak buruk dari kegiatan pariwisata, terutama pada masa tumbuh dan berkembangnya pariwisata massal (*mass tourism*) di berbagai destinasi pariwisata di dunia. Pariwisata massal pada waktu itu sangat identik dengan perencanaan yang buruk, tidak terkendali (sporadis), dan terkesan

hanya mementingkan pertumbuhan ekonomi semata atau materialistis, sehingga seringkali dapat mengikis atau mengurangi kemampuan daya dukung, baik sumber daya alam maupun sumber daya sosial budaya. Dampak buruk tersebut dapat merusak keberlangsungan ekonomi masyarakat secara jangka panjang. Oleh sebab itu, munculah konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan yang diharapkan bisa meminimalkan dampak buruk atau dampak negatif pembangunan pariwisata secara jangka panjang (Hidayah 2021).

Global Tourism Organization menjelaskan Pariwisata Berkelanjutan mengacu pada praktik berkelanjutan di dalam dan oleh industri pariwisata. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif. Pariwisata Berkelanjutan mengacu pada praktik berkelanjutan di dalam dan oleh industri pariwisata. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif (gstcouncil.org).

Visi Indonesia terhadap pembangunan kepariwisataan berkelanjutan secara gamblang termaktub dalam undang UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional.

Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat merupakan pendekatan pembangunan pariwisata yang penting dalam pengembangan desa wisata, dan komunikasi partisipatif merupakan tulang punggung dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Komunikasi partisipatif merupakan elemen yang penting dalam pembangunan kepariwisataan di suatu daerah dalam konteks mikro, misalnya seperti pembangunan desa wisata. Rakhmadani (2021) menjelaskan bahwa dengan melihat pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan masyarakat (*community development*) maka upaya pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan komunikasi pembangunan partisipatif menjadi perwujudan dalam mengembangkan sebuah produk pemberdayaan desa wisata. Selain itu, media sosial dapat dijadikan wadah bagi pengguna internet untuk saling bertukar informasi terkait pesan-

pesan keberlanjutan (*sustainability*). Media sosial merupakan ruang publik untuk mengedukasi masyarakat terkait nilai-nilai keberlanjutan dalam pariwisata. Hal ini tentunya menjadi peluang dalam komunikasi keberlanjutan dalam pembangunan kepariwisataan.

Daftar Pustaka

- Adikampana, I. M. (2017). In *Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Denpasar: Cakra Press.
- Atiko, Gita, et al. "Analisis Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @Indtravel) Analysis Tourism Promotion Strategy Through Social Media By Tourism Ministry Of Republic Indonesia (Descriptive Stud." *Jurnal Socioteknologi*, vol. 15, no. 3, 2016, pp. 378-389, doi:10.5614/sostek.2016.15.3.6.
- Andreas M. Kaplan , Michael Haenle in *Business Horizons* (2010) .Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. 53,59—68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- Andryanto, S. D. (2021, March 17). Terumbu Karang di Perairan Raja Ampat Rusak Akibat Perlintasan Kapal. *Tempo*. <https://tekno.tempo.co/read/1443118/terumbu-karang-di-perairan-raja-ampat-rusak-akibat-perlintasan-kapal>
- Baskoro, M. S. P. 2016. Pengelolaan Kawasan Ekowisata Berbasis Masyarakat Serta Implikasinya terhadap Ketahanan Masyarakat Desa Sukarara. *Jurnal Green Growth dan Manajemen Lingkungan*, vol. 5, no. 2, 2016, doi:10.21009/jgg.052.03
- Godemann, J., & Michelsen, G. (Eds.). (2011). *Sustainability Communication*. Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-1697-1>
- GSTC. (2018, March 20). *What is Sustainable Tourism?* GSTC. <https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/>
- Hadiyanto. 2008. Komunikasi pembangunan partisipatif: sebuah pengenalan awal. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. 6 (2): 80-88.
- Hijriati, Emma, and Rina Mardiana. 2014. Community Based Ecotourism Influence the Condition of Ecology, Social, and Economic Batusuhunan Village, Sukabumi. *Sodality*, vol. 2, no. 3, 2014.
- Hiariey, L. S. (2013). Peran Serta Masyarakat Pemanfaat Pesisir dalam Pengelolaan Wilayah Pesisir Teluk Ambon Dalam. *Jurnal Matematika, Sains, dan Teknologi*, Vol 14 No 1, hal 48 -
- Hidayah, Nurdin. 2021. "Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan: Sejarah, Definisi, Prinsip, Dll." *Pemasaran & Pariwisata*, 5 May 2021, <https://pemasaranpariwisata.com/2021/05/05/pembangunan-pariwisata-berkelanjutan-sejarah-definisi-prinsip-bentuknya/>.

- Kamalina, A. R. (2022, March 7). Bali Dibuka untuk Turis Asing, Ini yang Jadi Hambatan Kunjungan Ekonomi. *Bisnis.com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220307/12/1507638/bali-dibuka-untuk-turis-asing-ini-yang-jadi-hambatan-kunjungan>
- Kusuma, Vivie Anggra. Komunikasi Partisipatif Dalam Community Based Tourism Sebagai Upaya Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata (Studi Deskriptif Pada Desa Wisata Joho, Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri). Universitas Brawijaya, 14 Sept. 2018, <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/163516/>.
- Libur Panjang, Bali Dipadati Wisatawan Domestik. (2022, April 16). *detikTravel*. Retrieved April 22, 2022, from <https://travel.detik.com/travel-news/d-6036214/libur-panjang-bali-dipadati-wisatawan-domestik>
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in the hospitality and tourism management. *Tourism Management*. 29 (3). 458-468.
- Liliweri A. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta (ID): Kencana.
- Manap, K. H. A., & Adzharudin, N. A. (2013). The Role of User Generated Content (UGC) in Social Media for Tourism Sector. *WEI International Academic Conference Proceedings*. The West East Institute.
- McPhail TL. 2009. Development Communication; Reframing the Role of the Media. London (UK): Willey-Blackwell Pub.
- Mamengko, R.P dan Kuntari, E.D. 2020. Pengelolaan Wisata Bahari Berbasis Community Based Tourism Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pesisir. *Jurnal Media Wisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta, Yogyakarta*.
- Melfianora. (2017). Penulisan Karya Tulis Ilmiah Dengan Studi Literatur. *Studi Literatur*
- Michael Trusov , Randolph E. Bucklin ,& Koen H. Pauwels (2008). Effects of Word-of-Mouth versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site . *Research Paper No. RHS 06-065*.
- Puspa, A. W. (2022, March 8). Turis Asing Bisa Masuk Bali Tanpa Karantina, Ini Syaratnya. *Ekonomi Bisnis.com*. Retrieved April 22, 2022, from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220308/98/1507974/turis-asing-bisa-masuk-bali-tanpa-karantina-ini-syaratnya>
- Pantiyasa, I. W. (2011). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) dalam Pemberdayaan Masyarakat: Studi Kasus Di Desa Bedulu, Blah Batuh, Gianyar. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, Vol 1 No 2.
- Rakhmadani, R. (2021). Komunikasi Pembangunan Partisipatif dalam Pengembangan Desa Wisata Sajen Edu Adventure melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(1), 33-44. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i1.159>

- Rahmayanti, Dwi Sukma; Supriliyani, Ni Wayan; Dwi Wismayanti, Kadek Wiwin. 2019. Implementasi Pengembangan Ekowisata Berbasis Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus: Program Langgeng Ecotourism Desa Nyambu Kabupaten Tabanan. CITIZEN CHARTER, [S.l.], v. 1, n. 1, apr. 2019. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/citizen/article/view/48453>>. Date accessed: 03 oct. 2021.
- Swesti, W. (2019). Dampak Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Budaya Masyarakat di Banda Aceh. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 13(2), 49–65. <https://doi.org/10.47608/jki.v13i22019.49-65>
- Sulhaini, dkk. 2019. “Pembentukan Paket Wisata Berkelanjutan pada Kelompok Sadar Wisata Desa Bukit Tinggi Kecamatan Gunungsari.” *Jurnal Abdi Insani Universitas Mataram*, vol. 6, no. 3, 2019, pp. 312–318, doi:10.29303/abdiinsani.v6i3.244.
- Sustainable development | UNWTO*. (n.d.). Retrieved April 18, 2022, from <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Sutowo, Irpan Rifa'i. (2020). Komunikasi Partisipatif Dalam Pengembangan Kewirausahaan Sosial Di Pandeglang, Banten. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 21–43. DOI: 10.33021/exp.v3i1.885
- Suwena, I Ketut. (2010). *Pariwisata Berkelanjutan dalam Pusaran Krisis Global*. Denpasar: Penerbit Udayana University Press
- Tamaratika, Fenilia., Arief Rosyidie. (2017). Inkorporasi Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata di Lingkungan Pantai. *Jurnal Sosioteknologi*. Vol. 16 No. 1. April 2017. Hlm. 125–133.
- Ticoalu, D. E., Reppie, E., & Telleng, A. T. (2013). Analisis Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Perikanan Tangkap di Kota Manado. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan Tangkap*, Vol 1 No 3, hal 76–80.
- Tölkes, C. (2018). Sustainability communication in tourism – A literature review. *Tourism Management Perspectives*, 27, 10–21. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.002>
- Tufte T, Mefalopulos P. 2009. *Participatory Communication: A Practical Guide*. Washington (US): World Bank.
- Weaver, D. B. (2006). *Sustainable tourism: theory and practice*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Wearing, S.L. and Donald, Mc. 2001. Development of Community Based Tourism: Re-Thinking The Relationsgip between Tour Operators and Development Agents as intermediaries in rural and isolated area. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Yu-Lun Hsu (2012). Facebook as International eMarketing Strategy of Taiwan Hotels. *International Journal of Hospitality Management*. 31 : 972–980.

Peran Komunikasi Pendidikan dalam Pembentukan Karakter Peserta Didik

Asima Oktavia Sitanggang

Ikhtisar

Karakter atau jiwa bangsa merupakan salah satu aspek kemajuan bangsa yang paling berpengaruh. Suatu bangsa bisa saja memiliki sumber daya alam (SDA) yang terbatas dan sumber daya manusia (SDM) yang menengah, namun jika memiliki jiwa dan karakter yang unggul, maka bangsa tersebut bisa menjadi bangsa yang maju. Pendidikan yang awalnya bersifat satu arah, hanya dari guru saja, telah bergeser menjadi dua arah, yang juga berpusat pada kemampuan siswa menyerap informasi yang disampaikan oleh guru dan merefleksikan kembali ke dalam bentuk yang sesuai dengan kecerdasan mereka, atau karakter mereka.

Hal ini tentu tidak lepas dari kemampuan guru dalam mengajarkan dan mengembangkan karakter siswa, juga tidak lepas dari proses komunikasi yang terjadi di kelas di mana siswa sebagai komunikan pun berperan dalam keberhasilannya. Seperti yang dijelaskan oleh Cangara (2011), komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; dan (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku. Sementara komunikasi pendidikan berpusat pada proses transformasi ilmu yang bertujuan merubah perilaku, baik itu secara kognitif (pengetahuan), afektif (rasa) dan konatif (sikap). Maka hal utama yang menjadi pintu masuk dalam proses tersebut adalah adanya kesadaran untuk menerima ilmu tersebut, peran komunikasi yang mendasari prosesnya dan strategi komunikasi yang menentukan keberhasilannya.

Kata Kunci: Komunikasi Pendidikan, Peran Komunikasi, Strategi Komunikasi, Pendidikan Karakter

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Turunnya nilai-nilai karakter bangsa Indonesia semakin menjadi sorotan dengan bermunculannya kasus korupsi, kerusuhan, kekerasan, konflik antar suku bangsa dan permasalahan lainnya. Permasalahan yang muncul tersebut terkait dengan masalah-masalah moral yang mendorong pentingnya pendidikan karakter untuk dimasukkan ke dalam kurikulum pendidikan, mulai dari tingkat sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah atas (SMA) hingga perguruan tinggi. Karakter yang terbentuk dalam kurun waktu yang panjang, sehingga mengubah karakter menjadi suatu karakter tertentu bukanlah hal yang mudah, namun juga mungkin dilakukan. Pendidikan karakter merupakan proses panjang yang harus dilakukan dengan sabar, bertahap, berkelanjutan (Eko Budiarto, Makalah Seminar Nasional Revitalisasi Pancasila dalam Karakter Bangsa, 30 September 2010, FIB UNDIP dalam Mulyadi, 2014).

Karakter atau jiwa bangsa merupakan salah satu aspek kemajuan bangsa yang paling berpengaruh. Suatu bangsa bisa saja memiliki sumber daya alam (SDA) yang terbatas dan sumber daya manusia (SDM) yang menengah, namun jika memiliki jiwa dan karakter yang unggul, maka bangsa tersebut bisa menjadi bangsa yang maju. Sebagai contoh negara Jepang yang membuktikan pentingnya karakter baik manusia, seperti nilai moral, mental, spiritual yang dijunjung tinggi. Semangat kerja keras, disiplin, sederhana, cinta tanah air telah membawa Jepang kepada kesuksesan setelah restorasi Meiji. Hal tersebut juga didorong oleh perhatian pemerintah Jepang terhadap pendidikan karakter yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari (Mulyadi 2014).

Pendidikan karakter merupakan modal penting yang perlu ditanamkan pada anak agar dapat menjadi benteng yang kuat untuk menghadapi perkembangan teknologi dan perkembangan zaman (Ariandy 2019). Perkembangan teknologi di era 4.0 mempermudah anak mengakses beragam informasi, bahkan informasi yang belum layak ia konsumsi seperti kekerasan, kriminalitas, bahkan video atau konten yang tidak pantas untuk ditonton anak-anak (Salsabila *et al.* 2020). Input informasi yang tidak sesuai dengan usia akan mudah menggiring pemikiran anak pada perilaku yang tidak sesuai usianya, sehingga tidak jarang pelaku dan korban dari kejahatan pencurian, kekerasan seksual,

tawuran dan lain sebagainya adalah anak-anak usia sekolah, mulai dari SD hingga SMA. Terpaan berita kejahatan tersebut di atas hampir setiap saat disajikan baik di media cetak maupun elektronik (Unayah & Sabarisman 2015). Menyikapi kondisi di atas, Peraturan Menteri Pendidikan Nomor 58 Tahun 2009 menyebutkan bahwa setidaknya ada 5 aspek yang harus dikembangkan pada anak, antara lain nilai agama dan moral, bahasa, kognisi, fisik-motorik dan sosial-emosional. Upaya penanaman nilai-nilai moral tersebut bukan saja bertumpu pada orang tua selaku pendidik pertama dan utama di rumah, namun terlebih pada guru selaku orang tua di sekolah yang berperan sebagai pendidik dan fasilitator bagi peserta didik agar karakter unggul yang diharapkan dari generasi penerus bangsa terus terbangun dan tetap terjaga.

Komunikasi pendidikan yang berakar dari dua bidang ilmu, yaitu komunikasi dan pendidikan. Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; dan (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Canggara 2011). Pendidikan dalam adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses belajar agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, bangsa dan negara. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 1 ayat 1 yang merupakan landasan formal dan operasional tentang pendidikan.

Pada komunikasi pendidikan yang berpusat pada proses transformasi ilmu yang bertujuan merubah perilaku, baik itu secara kognitif (pengetahuan), afektif (rasa) dan konatif (sikap), maka hal utama yang menjadi pintu masuk dalam proses tersebut adalah adanya kesadaran untuk menerima ilmu tersebut. Kesadaran secara bahasa berasal dari kata "sadar". Artinya keadaan emosi, pengetahuan, ingatan (berkaitan dengan keadaan sebenarnya), atau ingatan (pengetahuan) tentang diri sendiri (Poerwandarminta 1976). Dalam kamus sastra ilmiah, kata "sadar" diartikan sebagai sadar, menyedakkan, sadar, dan sadar diri. Menjadi sadar memiliki tiga implikasi: a. Pemikiran yang diamati atau dikendalikan; b. Kedua, kompeten atau dicirikan oleh pemikiran,

kemampuan, desain, atau persepsi; c. Ketiga, bertindak atau berdagang dengan pemahaman kritis (Komaruddin 2006). Selain itu, kata “sadar” dalam kosa kata filosofis diartikan sebagai kegiatan sadar untuk memperhatikan apa yang telah dialami.

Perkembangan pendidikan di Indonesia yang terus berubah di setiap dekadanya pun mengubah sosial di dalamnya. Perubahan tersebut ditandai dengan perubahan “nama” kurikulum saat ini kita kenal dengan “Kurikulum Merdeka Belajar”. Kendati terus berganti, bangsa ini tetap berpedoman pada dasar negara yang sama, yakni Pancasila. Sekali pun diakui dikenal dan dipahami, namun ternyata tidak sedikit warga kita yang lalai menjalankannya dalam kehidupan keseharian. Sekolah sebagai Lembaga pendidikan formal pun tidak pernah ketinggalan menyelipkan nilai-nilai tersebut dalam setiap mata pelajaran. Namun pembentukan karakter siswa bisa jadi sama dengan pembentukan pengetahuan, seperti pengetahuan yang diperoleh dari mata pelajaran Matematika, Ilmu Pengetahuan Alam dan Ilmu Pengetahuan Sosial. Karakter ini mencakup beberapa hal, seperti tanggung jawab, sopan santun, disiplin, dan semangat belajar. Orang tua, guru dan siswa telah memperhatikan hal ini di masa lalu. Siswa tidak lagi hanya mementingkan nilai buku nilai, tugas dan hasil ujian yang dijadikan ukuran keberhasilan. Oleh karena itu, di era sekarang, nilai tinggi tidak selalu mencerminkan kepribadian setiap siswa.

Komunikasi pendidikan karakter terus berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi. Berkembangnya teknologi informasi menyebabkan proses komunikasi pendidikan tetap dapat terlaksana dengan tujuan yang sama sekalipun pendidik dan peserta didik tidak dalam ruang yang sama. Penggunaan *platform zoom* dalam menanamkan nilai-nilai moral kebangsaan Indonesia yang berpedoman pada Pancasila dalam bentuk-bentuk pembelajaran di Sekolah Karakter akan menjadi kajian utama dalam penulisan makalah ini, sekaligus melihat bagaimana negara maju Jepang menanamkan pendidikan karakter di lingkungan pendidikan formalnya. Karenanya makalah ini akan membahas bagaimana teori kesadaran menjadi penyokong dari proses komunikasi pendidikan karakter, di mana kesadaran adalah proses pertama dalam kegiatan penyerapan informasi dan perubahan perilaku manusia.

Dalam arus perubahan perilaku manusia tadi, permasalahan yang muncul dalam konteks kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia dapat membahayakan dalam membangun bangsa (Nurdin 2010). Pendidikan karakter harus dijadikan benteng yang kokoh untuk memperkuat jati diri bangsa agar tidak mudah tergoyahkan. Karakter bangsa harus dibangun melalui pendidikan karakter adalah pendidikan karakter yang bersumber pada ajaran agama untuk pembentukan akhlak yang mulia. Hal ini perlu dilakukan agar berbagai permasalahan yang muncul harus dicarikan jalan keluarnya agar tidak terus berkembang semakin lama semakin besar dan menimbulkan masalah yang begitu besar, yaitu timbulnya disintegrasi bangsa.

Patut diakui bahwa pendidikan belum berhasil menjalankan Undang-Undang No. 20 tahun 2003, yaitu untuk SDM yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, bangsa yang berkarakter, beradab, dan bermartabat. Ketidakberhasilan ini terjadi karena proses pendidikan hanya berorientasi pada pengajaran dan mementingkan nilai intelektual dan tidak mengukur sikap dan perilaku peserta didik dalam menentukan keberhasilan. Sikap, moral dan perilaku peserta didik tidak dijadikan sebagai ukuran keberhasilan. Jika sudah mencapai nilai atau lulus dengan nilai akademik sama dengan atau di atas KKM (Kriteria Ketuntasan Minimal). Padahal, nilai-nilai moral adalah penangkal bagi peserta didik dari kenalakan remaja seperti: pergaulan bebas, dan perilaku menyimpang lainnya. Globalisasi yang tidak terhindarkan membutuhkan generasi yang memahami nilai-nilai moral, sikap, dan perilaku yang sesuai dengan keIndonesiaan yang berakhlak dan bermoral.

Pendidikan karakter adalah sebuah sistem yang membekali pada peserta didik mengenai nilai, norma, dan pengetahuan yang menimbulkan kesadaran untuk melaksanakannya sehingga akan terwujud insan kamil. Peserta didik sebagai generasi penerus bangsa di masa yang akan datang, memerlukan pondasi karakter yang kuat dan tangguh untuk mengantisipasi berbagai pengaruh informasi dalam globalisasi. Tidak sedikit generasi muda yang telah terjangkit virus globalisasi dan arus informasi yang memengaruhi gaya dan pola hidupnya. Akibatnya adalah banyak generasi muda melakukan perbuatan yang menyimpang dari norma-norma susila dan norma-norma agama. Oleh karena itu, sangat tepat pendidikan karakter diberikan kepada peserta didik untuk membekali pengetahuan dan kemampuan seseorang agar mampu

mengambil keputusan yang tepat terhadap persoalan hidup yang dihadapi. Dalam pengambilan keputusan tentu melalui pertimbangan baik buruknya sikap dan perilaku yang akan dilakukan. Berperilaku yang baik akan dapat menghindari perilaku yang buruk dalam kehidupan sehari-hari (Koesoema 2007; Muslich 2011; Zainal 2011; Komara 2018). Dalam penyampaian pendidikan karakter, komunikasi adalah kendaraan yang pertama dan utama untuk menyampaikan nilai-nilai moral tersebut. Karenanya, melalui tulisan ini, penulis hendak melihat bagaimana peran komunikasi dalam proses pembelajaran guna membentuk karakter peserta didik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penulisan makalah ini adalah:

1. Bagaimana peran komunikasi dalam pembentukan karakter didik?
2. Bagaimana strategi komunikasi dalam pembentukan karakter didik?

1.3 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dalam penulisan makalah ini,

1. Menjelaskan peran komunikasi dalam pembentukan karakter didik.
2. Menjelaskan strategi komunikasi dalam pembentukan karakter didik.

1.4 Novelty

Salah satu metode pembelajaran yang dijelaskan dalam buku Komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran adalah penggunaan dongeng dalam untuk membentuk karakter. Dongeng yang berisi cerita imajinatif dengan karakter-karakter positif pada tokoh dongeng menjadi salah satu implementasi dari pembentukan dan Pendidikan karakter anak bangsa. Habsari (2017) memaparkan manfaat dongeng yang dapat digunakan untuk penanaman dan pembentukan karakter yakni: 1. Mengajarkan budi pekerti kepada anak: Pesan moral dan nilai cerita pada dongeng mampu mengarahkan dan membimbing anak dan meneladani sikap

yang berbudi dan pekerti yang baik. 2. Membiasakan budaya membaca: Dongeng mampu meningkatkan minat dan semangat membaca pada anak dan akan berdampak positif bagi kemampuan kognitif anak. 3. Mengembangkan imajinasi: Cerita pada dongeng mengembangkan daya imajinasi dan kreativitas anak tanpa meninggalkan esensi nilai karakter yang hendak disampaikan lewat dongeng.

Metode penggunaan dongeng untuk membentuk karakter bisa jadi menjadi alternatif dalam komunikasi pendidikan, kendati demikian metode ini masih pada sebatas pengetahuan kognitif dan afektif saja. Pada peserta didik yang terhitung remaja, memerlukan kegiatan dan proses pembelajaran yang lebih menarik dan menantang tanpa meninggalkan unsur-unsur yang dibutuhkan dalam pembentukan karakter itu sendiri. Sementara pada jurnal berjudul *Komparasi Pendidikan Karakter Indonesia dan Jepang* (Syamsurrijal 2021) dijelaskan bahwa metode pembiasaan telah melibatkan aspek konatif, di mana ilmu pengetahuan terkait karakter yang positif tidak hanya pada batasan tahu dan menggerakkan rasa suka untuk memilih tindakan tersebut, melainkan lebih pada perilaku sikap atau konatif di mana peserta didik tidak hanya tahu, suka tapi juga membiasakannya dalam kehidupan sehari-hari. Kendati demikian, tulisan tersebut belum cukup menggambarkan bagaimana unsur-unsur komunikasi berperan dalam proses pembentukan karakter. Sehingga menjadi peluang kebaruan bagi penulis untuk menemukan bagaimana peran komunikasi dalam proses komunikasi pendidikan.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan kerap berkenaan dengan segala hal yang berkaitan dengan perubahan pada individu dan masyarakat. Komunikasi pembangunan menurut Peterson didefinisikan sebagai usaha yang terorganisir untuk menggunakan proses komunikasi dan media dalam meningkatkan taraf sosial dan ekonomi yang secara umum berlangsung dalam negara yang sedang berkembang (Dilla 2007 dalam Nasution dan Rasyid 2019). Komunikasi pembangunan merupakan suatu inovasi yang diterima oleh masyarakat melalui proses komunikasi untuk perubahan sosial yang berencana. Tujuan komunikasi adalah untuk menanamkan gagasan-gagasan, sikap mental, dan mengajarkan

keterampilan yang dibutuhkan oleh suatu negara berkembang. Komunikasi pembangunan dilakukan untuk melaksanakan rencana pembangunan suatu negara (Harun dan Ardianto 2011). Terdapat dua perspektif pengertian, yakni pengertian dalam arti luas dan pengertian dalam arti sempit (Dilla 2007:116). Dalam perspektif luas, komunikasi pembangunan dapat digolongkan berbagai pendekatan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu yang mengupas masalah relasi dan interelasi komunikasi dengan pembangunan seperti mengkaji peran dan fungsi komunikasi sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik di antara masyarakat dan pemerintah, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan. Sementara dalam perspektif sempit, komunikasi pembangunan adalah segala upaya, cara dan teknik penyampaian gagasan dan keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan kepada masyarakat yang menjadi sasaran, agar dapat memahami, menerima dan berpartisipasi dalam pembangunan.

Tujuan utama dari komunikasi pembangunan adalah memajukan pembangunan, baik dari segi pendapatan, sosial-ekonomi, literasi. Komunikasi pembangunan berupaya mengangkat kalangan sosial dengan taraf hidup rendah menjadi lebih baik. Dengan komunikasi pembangunan, masyarakat diberitahu mengenai ide dan kemahiran yang belum mereka kenal dalam jangka waktu yang singkat atau dalam jangka waktu tertentu yang telah dirancang dan ditentukan, seperti halnya yang dinyatakan oleh Nora C. Quebral (Harun dan Ardianto 2011). Dalam mencapai tujuan tersebut, komunikasi pembangunan mengupayakan gerakan yang berkelanjutan yang mendorong sekelompok massa-dengan tingkat literasi (melek huruf), penghasilan rendah, dan atribut-atribut sosio-ekonomi lainnya- untuk berubah. Rogers dan Andhikarya, pertama-tama kelompok massa tersebut dimotivasi untuk menerima dan terbuka dengan informasi hingga akhirnya mereka mau menggunakan ide-ide pembangunan secara besar-besaran dan menerapkan berbagai keterampilan-keterampilan yang tidak familiar dalam waktu yang relatif singkat terutama jika dibanding dengan proses penerapan yang diambil dalam kondisi normal. Selanjutnya, dalam komunikasi pembangunan tersebut perlunya dirumuskan suatu pendekatan baru dalam proses komunikasi antar manusia yaitu suatu pendekatan konvergensi yang

didasarkan pada model komunikasi yang sirkuler. Model komunikasi ini menekankan pada tingkat partisipasi semua pihak demi tercapainya suatu fokus bersama dalam memandang permasalahan yang dihadapi – berbeda dengan model linear yang umumnya dianut selama ini yang hanya atau lebih banyak ditentukan oleh salah satu pihak saja.

2.2 Komunikasi Pendidikan

Komunikasi pendidikan pada hakikatnya berakar pada ilmu komunikasi dan ilmu pendidikan. Komunikasi adalah transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Book dalam Cangara 2011: 20). Sementara pendidikan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa: Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Sehingga komunikasi pendidikan adalah proses transaksi informasi, membangun hubungan guna memperkuat atau mengubah sikap terkait pendidikan.

Dalam pendidikan, terdapat beberapa komponen-komponen yang memengaruhinya, yaitu: pendidikan (komunikator), peserta didik (komunikan), materi pelajaran (pesan/ informasi), alat, media dan sumber belajar yang digunakan pendidik (media), perubahan pengetahuan/ sikap/keterampilan (efek), respons/tanggapan/pertanyaan peserta didik (umpan balik/*feedback*), gangguan selama pembelajaran seperti cuaca, kondisi ruangan, kebisingan maupun gangguan yang berasal dari diri peserta didik sendiri seperti rasa malas, mengantuk dan bosan (noise) (Nofrion 2018). Dalam komunikasi pendidikan, komunikasi berperan sebagai pendukung terciptanya pembelajaran yang efektif dan efisien serta berkontribusi dalam memecahkan berbagai permasalahan dalam pembelajaran. Sebagai contoh, saat peserta didik merasa bosan, maka pendekatan komunikasi dilakukan untuk mencari penyebab dan solusinya. Komunikasi pendidikan berperan strategis

dalam pengoptimalan pencapaian tujuan-tujuan pendidikan dan pembelajaran yang tidak hanya sebatas "*cognitive oriented*" tapi juga pada pengembangan sikap dan keterampilan.

2.3 Pendidikan Karakter

Pendidikan karakter berasal dari dua kata, yaitu pendidikan dan karakter. Pendidikan menurut Islam adalah "segala upaya memelihara dan mengembangkan fitrah manusia yang ada di dalamnya menuju terbentuknya manusia seutuhnya (insan kamil) sesuai dengan normanorma Islam Karakter secara etimologis berasal dari bahasa latin *character*, yang artinya antara lain watak, tabiat, watak, kepribadian, dan akhlak. (Tafsir 2017). Secara etimologi, karakter berarti watak, sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain. Orang yang berkarakter berarti orang yang berwatak atau berkepribadian. Karakter adalah gambaran perilaku dengan menonjolkan nilai-nilai (benar-salah, baik-buruk), baik secara eksplisit maupun implisit. Istilah karakter mengacu pada karakteristik, perilaku seseorang atau kelompok, kekuatan moral, atau reputasi. Dengan demikian, karakter adalah evaluasi terhadap kualitas moral individu atau berbagai atribut termasuk adanya kekurangan kebajikan seperti integritas, keberanian, ketabahan, kejujuran, kesetiaan, dan perilaku kebiasaan yang baik (Badawi 2019). Sementara secara terminologi (istilah), karakter diartikan sebagai sifat manusia pada umumnya yang bergantung pada faktor-faktor kehidupannya sendiri. (Rifai 2016). Kata karakter juga dipahami sebagai karakter psikologis, moral atau etika yang menjadi ciri seseorang atau sekelompok orang. (Kurniawan 2015).

Karakter tersebut adalah nilai-nilai yang berhubungan dengan Tuhan yang Maha Esa, diri sendiri, sesama manusia, lingkungan, dan kebangsaan yang diwujudkan dalam pikiran, sikap, perasaan, perkataan, dan tindakan berdasarkan norma agama, hukum, sopan santun, budaya, dan adat istiadat. Selanjutnya untuk memahami pendidikan karakter, perlu dipahami perbedaan budi pekerti, akhlak, dan budi pekerti. Akhlak atau tabiat adalah sifat-sifat yang melekat pada diri seseorang, sedangkan akhlak mengajarkan seseorang lebih banyak tentang bagaimana berhubungan dengan Allah SWT dan sesama manusia. Berbeda dengan kedua pengertian tersebut, adab lebih menekankan pada perbuatan berdasarkan akal sehat sesuai

dengan nilai dan moralitas masyarakat, yang apabila perbuatan tersebut menjadi kebiasaan dalam masyarakat maka akan menjadi tata krama dalam pergaulan anggota masyarakat (Fathurohman 2019).

Pendidikan karakter adalah usaha yang direncanakan dan diterapkan secara sistematis dalam membantu peserta didik untuk memahami nilai-nilai perilaku manusia yang berhubungan dengan Tuhan Yang Maha Esa, diri sendiri, sesama manusia, lingkungan, dan kebangsaan yang diwujudkan dalam pikiran, sikap, perasaan, perkataan, dan perbuatan berdasarkan norma-norma agama, hukum, tata krama, budaya, dan adat istiadat. Tujuan pendidikan karakter itu mengajarkan nilai-nilai tradisional tertentu, yang diterima secara luas sebagai dasar perilaku yang baik serta bertanggung jawab dan juga nilai moral (Zuchdi 2009), antara lain: 1. Menanamkan jiwa bertanggung jawab pada tuhan yang maha Esa, diri sendiri maupun pada orang lain, bangsa dan negara. 2. Menumbuhkan kebiasaan berperilaku baik dan terpuji terutama pada anak ataupun peserta didik yang dalam hal ini lebih mudah untuk dibimbing. 3. Menumbuhkan nilai rasa memiliki dan menghormati terhadap keanekaragaman budaya dan bangsa 4. Mengembangkan kebiasaan mandiri, kreatif, bergotong royong, tanggung jawab dan teguh pendirian 5. Menciptakan lingkungan kehidupan sekolah yang kondusif, terbiasa dengan nilai-nilai perilaku yang baik seperti disiplin, kerja sama, bertoleransi dan saling menghormati antar sesama.

Di samping tujuannya, pendidikan karakter berfungsi sebagai berikut: 1. Sebagai pengembang agar terbiasa berperilaku yang baik 2. Sebagai sarana yang menunjang dan mendorong agar selalu berpotensi dalam mengembangkan diri sebagai individu yang berjiwa baik. 3. Sebagai wadah pengembang agar menjadi warga negara yang memiliki peradaban dan nilai-nilai kebangsaan yang berkarakter baik 4. Sebagai wadah penguat nilai-nilai kecintaan terhadap bangsa dan negara yang masyarakatnya terdiri atas beragam tradisi dan budaya. Karenanya terdapat 18 dasar pendidikan karakter, yaitu: 1. Keyakinan terhadap Tuhan Yang Maha Esa 2. Konsistensi dan teguh pendirian 3. Kesetiaan 4. Kepatuhan Dalam hal ini, pemerintah telah menyatakan beberapa nilai yang terindikasi bahwa karakter dapat bersumber dari agama, budaya, sosial dan falsafah kebangsaan dalam memperkuat implementasi pendidikan karakter, seperti yang dinyatakan Syarbini berikut ini, terdapat beberapa nilai dalam pendidikan karakter yaitu (Syarbini 2012: 25–28) 1. Nilai religius, 2. Nilai Jujur, 3. Nilai toleransi,

4. Nilai disiplin, 5. Nilai kerja keras, 6. Nilai kreatif, 7. Nilai mandiri, 8. Nilai demokratis, 9. Nilai semangat kebangsaan, 10. Nilai rasa ingin tau, 11. Nilai cinta tanah air, 12. Nilai semangat kebangsaan, 13. Nilai cinta tanah air, 14. Nilai komunikatif, 15. Nilai menghargai prestasi, 16. Nilai cinta damai, 17. Nilai gemar membaca, dan 18. Nilai peduli sosial.

Menurut Fathurrohman (2013:124) ada beberapa batasan atau deskripsi nilai-nilai pendidikan karakter antara lain:

1. Nilai karakter yang berdasarkan pada nilai-nilai ketuhanan dan ajaran agamanya, nilai antara hubungan manusia dengan penciptanya;
2. Nilai karakter yang ada hubungannya pada diri sendiri, seperti sikap jujur, bertanggung jawab, bergaya hidup sehat, disiplin, kerja keras, percaya diri, berjiwa wirausaha, berpikir logis, mandiri dan cinta ilmu;
3. Nilai karakter antar sesama, meliputi: a) Menyadari akan hak dan tanggung jawab pada diri dan orang lain yaitu sikap mengetahui dan memahami serta melaksanakan apa yang dimiliki diri sendiri dan orang lain serta apa yang wajib bagi diri sendiri serta orang lain; b) Mematuhi aturan-aturan sosial; c) Sikap patuh dan menaati peraturan yang berkenaan dengan masyarakat dan kepentingan umum; d) Menghargai hasil karya dan prestasi orang lain yaitu sikap dan tindakan yang mendukung dirinya untuk menghasilkan sesuatu yang berguna bagi masyarakat, mengakui dan menghormati keberhasilan orang lain; e) Sopan yaitu sifat yang santun dan baik dari sudut pandang tutur kata maupun perilakunya pada semua orang; f) Nilai demokratis yaitu cara berpikir, bersikap dan bertindak yang menilai setara antara hak dan kewajiban dirinya dan orang lain;
4. Nilai karakter yang berkaitan dengan lingkungan, seperti sikap dan tindakan yang selalu berusaha dalam mencegah kerusakan pada lingkungan alam di sekitarnya, dan mengembangkan usaha untuk memperbaiki kerusakan alam yang sudah terjadi dan selalu memiliki rasa ingin memberi bantuan bagi orang lain dan masyarakat yang memerlukan;
5. Nilai kebangsaan, meliputi cara berpikir, bertindak dan wawasan yang menempatkan kepentingan bangsa dan negara di atas kepentingan diri dan kelompoknya (Fitri 2012).

Pendidikan merupakan instrumen yang digunakan oleh pendidik dalam menginternalisasi suatu nilai moral kepada peserta didik dengan tujuan tertentu. Institusi pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mencapai cita-cita bangsa, yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa namun ia harus menjadi dasar dari suatu peradaban yang bermartabat. Pendidikan karakter diyakini akan memberikan kontribusi nilai moral yang sangat diperlukan dewasa ini. Betapa tidak, dalam beberapa tahun kebelakang dan mungkin yang akan datang fenomena kecenderungan dari masyarakat modern adalah tidak mampu membedakan dengan baik antara kepentingan pribadi dan kepentingan umum. Secara detail Lickona dalam Sukiyat (2020) menjelaskan secara konseptual tentang pendidikan karakter, dimana ia membagi menjadi tiga bagian penting yaitu *moral knowing*, *moral feeling* dan *moral acting*. Adapun *moral knowing* yang urgen untuk diajarkan adalah a) *moral awareness* (kesadaran moral), b) *knowing moral values* (pengetahuan nilai-nilai moral), c) *perspective taking* (pengambilan sudut pandang), d) *moral reasoning* (pertimbangan moral), e) *decision making* (pengambilan keputusan), f) *self-knowledge* (pengenalan diri sendiri). Sementara *moral feeling* merupakan aspek perasaan yang semestinya ditanamkan, yaitu a) *conscience* (nurani), b) *self-esteem* (percaya diri), c) *empathy* (empati), d) *loving the good* (mencintai kebenaran), e) *self-control* (mengontrol diri) dan f) *humility* (kerendahan hati).

3. Metode Kajian

Kajian ini menggunakan metode penelitian studi literatur dengan cara mengumpulkan berbagai data sekunder, studi Pustaka, dokumen dan berbagai hasil riset di dalam maupun di luar negeri dan berbagai informasi dari hasil penelitian orang lain yang tidak dialami sendiri, kemudian dikumpulkan dan dianalisis secara mendalam dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan peran komunikasi dalam proses pendidikan karakter dan bagaimana strategi komunikasi dalam pembentukan pendidikan karakter dengan pendekatan komunikasi pembangunan, komunikasi pendidikan dan model pendidikan karakter yang mengadopsi keluarga, sehingga mampu menjawab rumusan masalah yang diangkat dalam tulisan ini. Kemudian semua data dan informasi yang diperoleh disimpulkan berdasarkan hasil kajian dan penelaahan.

4. Hasil Kajian

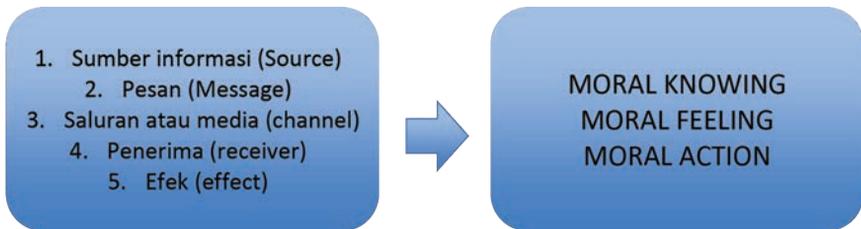
4.1 Peran Komunikasi dalam Proses Pendidikan Karakter

Dalam makalah ini penulis mengacu pada komunikasi khususnya komunikasi pembangunan dalam perspektif sempit, yaitu segala upaya, cara dan teknik penyampaian gagasan dan keterampilan pembangunan (pendidikan karakter) dari pihak yang memprakarsai pembangunan (pendidik atau guru) kepada masyarakat yang menjadi sasaran (peserta didik). Penekanan partisipatif pada komunikasi pembangunan membuat penulis perlu menemukan terlebih dahulu unsur-unsur komunikasi dapat disampaikan dan diterima oleh peserta didik (kognitif), mampu memotivasi partisipasi peserta didik (afektif) dan diterapkan dalam keterampilan atau nilai-nilai keseharian peserta didik (konatif).

Unsur-unsur komunikasi yang dimaksud oleh penulis adalah lima komponen dasar komunikasi merujuk definisi komunikasi Harold Lasswell, yaitu: a). Sumber informasi (*source*); b). pesan (*message*); c). saluran atau media (*channel*); d). penerima (*receiver*); e). efek (*effect*). Dalam konteks komunikasi pendidikan, maka yang berperan sebagai sumber komunikasi atau komunikator adalah guru. Guru yang diharapkan sesuai dengan pandangan komunikasi pembangunan berperan sebagai fasilitator yang memahami kebutuhan peserta didiknya dan mampu merancang pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan daya terima komunikannya. Pesan yang disampaikan berupa seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili nilai-nilai pendidikan karakter. Terdapat 18 nilai karakter yang didalamnya tercermin nilai karakter Ketuhanan, nilai karakter yang ada hubungannya dengan dirinya sendiri, nilai karakter antar sesame, nilai karakter terhadap lingkungan dan nilai karakter kebangsaan. Selanjutnya, pesan-pesan tersebut dikirim melalui media pengiriman secara langsung atau tidak langsung melalui surat pribadi, LCD proyektor, *sound system multimedia*, dan media penyampaian pesan lainnya yang dipilih sesuai keadaan dan kebutuhan situasi pembelajaran. Penerima dalam komunikasi pendidikan adalah peserta didik yang menerima pesan dan menafsirkan pesan yang dikirim oleh sumber komunikasi atau guru. Efek adalah apa yang terjadi pada penerima pesan. Pada komunikasi pendidikan karakter, efek yang diharapkan adalah

terbentuknya perubahan pada penerima pesan setelah pesan diterima, khususnya pada komponen-komponen pendidikan karakter peserta didik.

Komponen pendidikan karakter berupa : (a) *Moral Knowing*; adalah dibentuknya karakter yang mendasari dibentuknya nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral kehidupan yang berupa: tanggung jawab, jujur, adil, toleran, disiplin, dan memiliki integritas.; (b) *Moral Feeling*; berkaitan dengan aspek emosi, dapat berkembang karena pengaruh sekolah, lingkungan dan keluarga di mana individu berada; (c), *Moral Action*, yaitu keterampilan moral seseorang dalam melakukan sesuatu tindakan yang didasari oleh pengetahuan, nilai dan sikap, yang ditunjukkan dengan secara konsisten serta memberikan kontribusi kinerja yang tinggi dalam suatu tugas, yang telah menjadi keinginan dan kebiasaan (Nurdin 2010).



Gambar 1 Bagan peran komunikasi dalam proses pendidikan karakter

Moral Knowing (pengetahuan moral) merupakan karakter yang dibentuk dengan nilai-nilai moral, seperti tanggung jawab, jujur, adil, toleran, disiplin dan memiliki integritas. Pengetahuan moral merupakan hal penting untuk diajarkan kepada peserta didik karena pengetahuan moral inilah yang akan memfilter baik dan buruk sesuatu pada benak peserta didik. Setelah peserta didik tahu, selanjutnya ia perlu mengasah menumbuhkan rasa atau keinginan anak untuk berbuat baik (*desiring the good*). Dalam proses pembelajaran yang terjadi di lingkungan sekolah, guru dapat menstimulasi peserta didik dengan pesan-pesan terkait informasi apa adanya. Sebagai contoh sebuah penelitian berjudul Analisis Penggunaan Internet Terhadap Moral Knowing Tentang Narkotika Pada Siswa Menengah Pertama, karya Ika Chastanti dan Indra Kumalasari Munthe (2019), yang menunjukkan bahwa penggunaan internet di kalangan peserta didik belum dilakukan

dengan baik. Sekalipun peserta didik tahu bahwasanya teknologi komunikasi sebaiknya digunakan sebesar-besarnya untuk kebutuhan pengetahuan dan pendidikan, khususnya memberikan informasi terkait bahaya penyalahgunaan narkoba ternyata tidak terjadi demikian. Peserta didik dalam penelitian tersebut lebih memanfaatkan internet sebagai sarana hiburan, untuk mengakses media sosial (54%), belajar (25%), *game online* (8%), hiburan (11%), dan *online shop* (2%), sehingga *moral knowing* siswa tentang narkoba tergolong rendah (Chastanti dan Munthe 2019).

Selanjutnya, komponen karakter *moral feeling* (perasaan moral) yang berkaitan dengan aspek emosi. Hal ini dapat berkembang karena pengaruh sekolah, lingkungan dan keluarga di mana individu bertumbuh. Perasaan moral yang baik dapat dikatakan tidak terlepas dari peran guru yang memberikan pembelajaran karakter di kelas, seperti pada pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan. Piaget (Winataputra dan Budimansyah, 2007: 172-173) mengemukakan dalam teori perkembangan moral bahwa "Moralitas berada dalam suatu sistematuran, oleh karena itu hakikat moralitas seyogyanya dilihat dari sudut bagaimana individu menyadari kebutuhannya akan aturan itu". Dengan kata lain, perkembangan moral tersebut hanya berpaku pada pengetahuan saja, belum pada perubahan sikap dan perilaku. Melihat konteks pemikiran taksonomi Bloom pengembangan nilai dan sikap termasuk dalam kategori afektif, yang secara khusus berisikan unsur perasaan dan sikap (*values and attitudes*) (Winataputra, 2009:2.6). Hal senada juga sebagaimana dikemukakan Winataputra dan Budimansyah (2007: 118-120) bahwa "Proses pembelajaran dan penilaian dalam Pendidikan Kewarganegaraan lebih menekankan pada dampak intruksional (*instructional effects*) yang terbatas pada penguasaan materi (*content mastery*) atau dengan kata lain hanya menekankan pada dimensi kognitifnya saja. Sementara pembangunan dimensi afektif dan psikomotorik dan pemerolehan dampak pengiring (*nurturant effects*) sebagai "*hidden curriculum*" belum mendapat perhatian sebagaimana mestinya. Dengan kata lain, pembelajaran pendidikan kewarganegaraan bisa saja menstimulasi peserta didik dalam hal pengetahuan, namun diperlukan stimulasi tambahan yang dapat mendorong peserta didik untuk memiliki perasaan, emosi atau sikap "merasa bersalah" ketika aturan yang diajarkan dari pelajaran

tersebut dilanggar, atau sebaliknya “merasa bangga” saat ia melakukan sesuatu sesuai yang diajarkan dalam pelajaran kewarganegaraan yang mengajarkan tentang pendidikan karakter tersebut.

Terakhir, efek yang akan nampak bilamana *moral knowing* dan *moral feeling* terbentuk, adalah *moral action*, yaitu keterampilan moral peserta didik dalam melakukan sesuatu tindakan secara konsisten yang didasari oleh pengetahuan, nilai dan sikap. *Moral action* yang dilakukan berulang dan terus menerus baik akan kontribusi kinerja yang tinggi dalam suatu tugas, yang telah menjadi keinginan dan kebiasaan. Pada sebuah penelitian berjudul Implementasi Pendidikan Karakter Kerja Keras Dan Kerja Sama Dalam Perkuliahan digambarkan bagaimana pendidikan karakter mampu terimplementasi pada perilaku kerja keras dan kerja sama guna meningkatkan skill dan prestasi belajar peserta didik (Ikhwanuddin 2012). Pembentukan karakter dilakukan dengan perilaku kedisiplinan peserta didik dalam berkonsultasi dengan pendidik, keinginan untuk melakukan kerja sama dan pembagian tugas dengan optimal dan melaksanakan tugas sesuai pembagian kerjanya masing-masing dengan penuh tanggung jawab serta membangun komunikasi, interaksi dan inisiatif yang baik untuk prestasi bersama.

Dalam program pendidikan karakter yang efektif, karakter secara luas dipahami mencakup aspek kognitif, emosional, dan perilaku dari kehidupan moral. Karakter yang baik terdiri atas memahami, peduli, dan bertindak berdasarkan inti nilai-nilai etika. Oleh karena itu, tugas pendidikan karakter adalah membantu siswa dan semua anggota komunitas belajar lainnya tahu “yang baik;” menghargainya, dan bertindak di atasnya. Ketika orang-orang tumbuh dalam karakter mereka, mereka akan semakin berkembang pemahaman yang halus tentang nilai-nilai inti, komitmen yang lebih dalam untuk hidup sesuai dengan nilai-nilai tersebut, dan kecenderungan yang lebih kuat untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai itu.

4.2 Strategi Pendidikan Karakter

Sejak era pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yaitu pada Peringatan Hari Pendidikan Nasional, 2 Mei 2010, pendidikan karakter di Indonesia telah didengungkan. Dalam UU Sisdiknas No 20 tahun 2003 tertulis tujuan pendidikan yang akan mengarahkan peserta didik menjadi manusia yang beriman, percaya akan agama,

bersifat terpuji, sehat, mahir, inovatif, independen dan bertanggung jawab. Bersumber pada undang-undang ini, esensi dari tujuan pendidikan nasional mengarah pada pendidikan dan pengembangan karakter peserta didik (Shodiq 2017). Dalam mencapai keberhasilan dalam pendidikan karakter tersebut, dibutuhkan suatu strategi. Maragustam menyampaikan bahwa ada enam strategi pembentukan karakter yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan. Pendekatan pendidikan moral tersebut adalah: pembiasaan dan pembudayaan, memberikan pengetahuan tentang hal-hal yang baik, memberikan pengetahuan akan rasa mencintai kebaikan, bertindak terpuji, bercermin pada hal-hal yang baik dari lingkungan sekitar, dan bertaubat (Maragustam 2014). Adapun penjelasannya akan dijabarkan dalam poin-poin di bawah ini:

1. Strategi *Moral Knowing* (mengajarkan pengetahuan tentang budi pekerti)

Strategi ini adalah aspek pertama yang memiliki enam fondasi yaitu kesadaran moral, pengetahuan tentang nilai-nilai moral, penentuan sudut pandang, logika moral, kebenaran mengambil menentukan sikap, dan pengenalan diri (Sudrajat 2011). Dengan memberikan pengetahuan kepada peserta didik tentang karakter yang positif, maka peserta didik akan menyadari tentang pengetahuan terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam aktivitas keseharian mereka atau fenomena yang terjadi di sekitar mereka. Untuk penerapannya, pendekatan klarifikasi nilai (*value clarification approach*) adalah pendekatan yang sesuai untuk mengajarkan kepada peserta didik. (Cahyono 2016) Implementasi strategi ini bisa diterapkan dengan diskusi atau analisa film. Hal yang paling ditekankan dalam strategi moral knowing ini, bagaimana pendidik dapat membuat peserta didik memahami akan karakter yang baik dan yang manakah perangai yang buruk. Selain itu, para peserta didik juga bisa merasakan perbedaan dari nilai yang ditanamkan, apakah memberikan dampak yang baik atautkah negatif. Hal ini bermaksud agar para peserta didik bisa lebih arif dan bijaksana dalam mengklarifikasi nilai-nilai yang akan menjadi kebiasaan dalam kesehariannya sehingga mereka tidak akan goyah dari pengaruh buruk di lingkungan masyarakat (Cahyono 2016).

2. Strategi *Moral Modelling* (memberikan contoh tentang budi pekerti)

Secara umum dalam dunia pendidikan, metode ini dipandang sebagai strategi yang paling efektif dalam menumbuhkan karakter positif. Pendidik memberikan contoh ucapan atau perbuatan yang baik untuk ditirukan oleh peserta didik sehingga mereka pun memiliki ucapan dan perbuatan yang baik (Watson 2019). Dalam strategi ini guru menjadi sumber referensi utama bagi peserta didik. Guru yang memiliki *hidden curriculum* ini memberikan pengaruh yang cukup besar dalam pembentukan kepribadian. Dalam implementasi pendidikan, tak jarang seorang pendidik yang kharismatik akan disegani oleh peserta didik-peserta didiknya, teladan yang layak untuk dijadikan cermin, dicontoh dan dijadikan figur. Esensi dari moral modelling ini memberikan kontribusi yang besar dalam pembentukan karakter peserta didik. Sosok guru teladan yang terbiasa membaca, disiplin dan ramah akan menjadi idola dan suri tauladan yang baik bagi peserta didiknya. Maka seorang peserta didik diibaratkan seperti tanah liat yang dapat dibentuk, dan orang-orang di sekitarnya yang akan mengambil peran penting dalam pertumbuhan karakter positif mereka.
3. Strategi *Moral Loving* (menumbuhkan rasa mencintai kebaikan)

Strategi ini berakar dari pola pikir. Bagi yang berpikir positif terhadap unsur-unsur kebaikan maka dia akan merasakan arti dari perilaku positif tersebut. Jika seseorang telah merasakan dampak yang bermanfaat dari tabiat baiknya maka rasa itu akan menumbuhkan cinta pada perbuatan-perbuatan yang baik. Perasaan cinta dan sayang pada kebaikan akan memberikan kekuatan yang bisa memotivasi seseorang untuk mau berbuat kebaikan. Dalam implementasinya, strategi ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *action approach* yang memberikan kesempatan bagi peserta didik untuk bertindak dan menerapkan tindakan-tindakan yang mereka anggap terpuji. Dengan memberikan pengetahuan akan rasa mencintai kebaikan maka peserta didik akan menjadi manusia yang berkarakter dan memperkuat emosi peserta didik akan kepribadian yang baik. Penguatan ini berhubungan dengan wujud sikap yang harus dirasakan oleh peserta didik, yaitu kesadaran akan jati diri yaitu percaya diri, empati terhadap derita orang lain, menyukai kebaikan, pengendalian diri, dan kerendahan hati (Sudrajat 2011).

4. Strategi *Moral Acting* (melakukan aksi moral dalam keseharian)

Dalam penerapannya, *moral acting* akan secara tidak langsung akan tumbuh setelah peserta didik memiliki pengetahuan akan karakter terpuji, bercermin pada teladan mereka, dan mampu membedakan nilai positif dan sebaliknya sebagaimana pengetahuan dan pengalamannya terhadap nilai-nilai yang akhirnya membentuk perilakunya. Sikap positif yang tertanam dan dilandasi oleh ilmu pengetahuan, pemahaman, kemandirian, perasaan, dan rasa cinta maka akan memberikan keahlian yang berharga dalam dirinya. Endapan pengetahuan tersebut akan tertanam dalam alam bawah sadar mereka sehingga terbentuklah karakter positif yang diharapkan. Berbuat kebaikan akan dengan mudah terlihat dari para peserta didik setelah mereka mengetahui pengetahuan tentang budi pekerti dan tumbuhnya rasa cinta mereka akan kebaikan. *Moral acting* menunjukkan kesempurnaan atas kompetensi peserta didik setelah melalui proses pengkajian. Kemampuan yang dimiliki peserta didik ini bukan hanya berguna bagi dirinya sendiri namun juga mampu memberikan kebermanfaatn kepada orang lain di sekitarnya (Sudrajat 2011).

5. Strategi Tradisional (memberitahu nilai baik dan buruk)

Strategi ini juga disebut dengan strategi nasihat. Dalam strategi ini, guru memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peserta didik untuk menuju kepribadian positif yang dapat diterima masyarakat pada umumnya. Dengan pengarahan yang menyentuh hati peserta didik, maka makna kebaikan akan dengan mudah terserap dan dijadikan sebagai fondasi perilaku dalam kehidupan mereka. Contoh penerapannya, seorang guru meminta peserta didiknya untuk merefleksikan diri mereka tentang tujuan mereka datang ke sekolah dan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan sebagai peserta didik, anak dan kepada Tuhannya (Cahyono 2016).

6. Strategi *Punishment* (menghukum jika melanggar)

Strategi ini bertujuan untuk menegaskan peraturan, dan menyadarkan seseorang yang berada pada jalan yang salah. Ajaran atau peraturan haruslah dipatuhi atau jika dilanggar maka akan ada hukuman sebagai tindakan dari penegakan disiplin. Jadi menghukum anak bukanlah tindakan yang tidak mengasihi anak, tetapi mengingatkan akan kebaikan yang terkandung dalam peraturan yang dijalankan (Cahyono 2016).

7. Strategi Pembiasaan

Pada strategi yang ketujuh ini, yaitu strategi pembiasaan, akan menggunakan pendekatan action yang cukup ampuh ditunjukkan (dicontohkan bagaimana seharusnya bersikap atau memberikan teladan) oleh para guru dalam menumbuhkan karakter positif pada peserta didiknya. Dengan pembiasaan, peserta didik akan dipandu agar dapat memahami tindakan yang mereka lakukan. Seperti membiasakan sikap disiplin, berdoa sebelum memulai aktivitas, berpakaian rapi, membuang sampah pada tempatnya dan lain sebagainya. Kebiasaan baru dapat menjadi kepribadian yang baik bagi seseorang jika dia merasakan senang dan mengulang-ulangnya. Kebiasaan positif akan menuntun pada berpikir positif. Jadi ketujuh strategi di atas harus dilatih secara konsisten agar menjadi kebiasaan yang tertanam. Rancangan yang ditanamkan adalah *habit of the mind, habit of the heart, and habit of the hands*. (Cahyono 2016).

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

Komunikasi pendidikan berpusat pada proses transformasi ilmu yang bertujuan merubah perilaku, baik itu secara kognitif (pengetahuan), afektif (rasa) dan konatif (sikap). Perhatian pada peran komponen-komponen komunikasi akan membuahkan keberhasilan dalam proses komunikasi pendidikan karakter. Selain itu, dibutuhkan strategi dan kebijakan yang dilakukan baik pada pendidik maupun peserta didik agar proses pembentukan karakter simultan dan konsisten menuju arah pembentukan karakter yang baik, seperti yang diharapkan. Pembentukan karakter tidak hanya bertumpu pada terbentuknya pengetahuan tentang moral (*moral knowing*) tapi perlu didukung dengan perasaan tentang moral (*moral feeling*), dan perbuatan yang terpuji (*moral action*). Tiga unsur tersebut akan membentuk karakter positif peserta didik yang mampu membawanya pada kedewasaan diri untuk mengetahui dan membedakan tindakan yang baik dan yang buruk, merasa nyaman ketika melakukan hal yang baik atau menolak hal yang tidak baik serta menerapkannya dengan konsisten dalam setiap keputusan dan tindakannya sehari-hari.

Dalam program pendidikan karakter yang efektif, karakter secara luas dipahami mencakup aspek kognitif, emosional, dan perilaku dari kehidupan moral. Karakter yang baik terdiri dari memahami, peduli, dan bertindak berdasarkan inti nilai-nilai etika. Oleh karena itu, tugas pendidikan karakter adalah membantu siswa dan semua anggota komunitas belajar lainnya tahu “yang baik;” menghargainya, dan bertindak di atasnya. Ketika orang-orang tumbuh dalam karakter mereka, mereka akan semakin berkembang pemahaman yang halus tentang nilai-nilai inti, komitmen yang lebih dalam untuk hidup sesuai dengan nilai-nilai tersebut, dan kecenderungan yang lebih kuat untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai itu.

Daftar Pustaka

- Ariandy, M. (2019). Kebijakan Kurikulum dan Dinamika Penguatan Pendidikan Karakter di Indonesia. *Sukma: Jurnal Pendidikan*, 3(2), 137– 168. <https://doi.org/10.32533/03201.2019>
- Badawi. 2019. Pendidikan Karakter Dalam Pembentukan Akhlak Mulia Di Sekolah. *Prosiding Semnasfip*.
- Cahyono, Heri. “Pendidikan Karakter: Strategi Pendidikan Nilai dalam Membentuk Karakter Religius.” *Riayah*, vol. 1, no. 02, 2016, pp. 230-240, doi:10.32332/riayah.v1i02.116
- Canggara, Hafeid. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PTRajaGrafindo Persada.
- Chastanti I, Munthe IK. 2019. Analisis Penggunaan Internet Terhadap Moral Knowing Tentang Narkotika Pada Siswa Menengah Pertama. *J Pendidik Inform dan Sains*. 8(1):1. doi:10.31571/saintek.v8i1.1104.
- Fathurohman, Hoiruddin. 2019. Peningkatan Kecerdasan Moral Anak Melalui Penggunaan Value Clarification Technique (Teknik Klarifikasi Nilai). *Syntax Idea* : p-ISSN : 2684-6853 e-ISSN : 2684-883X Vol. 1, No. 2 Juni 2019
- Ikhwanuddin. 2012. Implementasi Pendidikan Karakter Kerja Keras Dan Kerja Sama Dalam Perkuliahan. *J Pendidik Karakter*. 0(2):153–163.
- Komara, E. (2018). Penguatan Pendidikan Karakter dan Pembelajaran Abad 21, *South-East Asian Journal for Youth, Sports & Health Education* 4(April), 17–26.
- Komaruddin., *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, cet.III, 2006), hal. 226.
- Kurniawan, Machful Indra. 2015. Tri Pusat Pendidikan Sebagai Sarana Pendidikan Karakter Anak Sekolah Dasar. *Pedagogia: Jurnal Pendidikan*. Vol 4 No 1. Februari.

- Mulyadi, Budi. 2014. Model Pendidikan Karakter Dalam Masyarakat Jepang. *Jurnal IZUMI*. Volume 3. No 1.
- Nasution, Belli & Rasyid, Anuar. 2019. Komunikasi Sosial dan Pembangunan. Taman Karya. Pekanbaru.
- Nofrion. 2018. Komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Nurdin (2010). Pendidikan Karakter Stain, Sultan Qaimuddin, Kendari.
- Poerwandarminta, W.J.S. Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta: PN Balai Pustaka, 1976), hal. 846
- Raharjo, S. B. (2010). Pendidikan Karakter Sebagai Upaya Menciptakan Akhlak Mulia. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 16(3), 229-238. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v16i3.456>
- Rifai, Mohamad. 2016. Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Dengan Pembelajaran Stad Pada Pembelajaran IPS Siswa Kelas IV MIN Manisrejo Kota Madiun. *Premiere Educandum: Jurnal Pendidikan Dasar dan Pembelajaran*.
- Sudrajat, Ajat. Mengapa Pendidikan Karakter. FIS Universitas Negeri Yogyakarta.
- Syamsurrijal, A. (2021). Komparasi Pendidikan Karakter Indonesia dan Jepang (Analisis Terhadap Landasan, Pendekatan, dan Problematika). *Fitrah: Journal of Islamic Education*, 2(2), 184-199.
- Tafsir, Ahmad. 2017. Filsafat Pendidikan Islam. Remaja Rosdakarya.
- Unayah, Nunung. 2016. Fenomena Kenakalan Remaja dan Kriminalitas. *Socio Informa*. Vol.1 No. 2.
- Watson, L. (2019). Educating for Inquisitiveness: A Case Against Exemplarism for Intellectual Character Education. *Journal of Moral Education*. <https://doi.org/10.1080/03057240.2019.1589436>
- Winataputra, U. S dan Budimansyah, D. (2007). Civic Education : Konteks, Landasan, BahanAjar dan Kultur Kelas. Bandung : Prodi PKn SPs UPI
- Winataputra, U.Su. (2009). Pembelajaran PKn di SD. Jakarta : Universitas Terbuka.

Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Pemberdayaan Entrepreneur Muda Sumatera Barat Melalui Program *Entrepreneur Success Challenge* (ESC)

Lymbarski Caesariano

Ikhtisar

Salah satu syarat yang membuat negara dikategorikan sebagai negara maju yaitu telah memiliki 14 persen dari total populasinya yang berprofesi sebagai entrepreneur. Program *Entrepreneur Success Challenge* (ESC) merupakan program kompetisi kewirausahaan yang memberikan kesempatan kepada milenial Sumatera Barat untuk 1) memperoleh *reward* total puluhan juta rupiah, pendampingan dan edukasi kapasitas kewirausahaan, 2) mewujudkan dan mengembangkan ide bisnis yang kreatif dan inovatif, 3) membuka peluang generasi milenial untuk menjadi entrepreneur sukses yang tangguh dan bermanfaat. ESC salah satu bentuk komunikasi pembangunan yang bertujuan untuk memfasilitasi potensi inovasi generasi milenial minang untuk mengembangkan usahanya dalam berbagai bidang seperti kuliner, *startup*, *fashion* dan industri yang bergerak dalam bidang jasa. Dengan melibatkan generasi milenial minang sebagai innovator bekerja sama dengan Sekolah Bisnis IPB yang dalam hal ini sebagai juri dan mentor pada program ESC. Penentuan strategi komunikasi adalah langkah penting yang memerlukan penanganan secara teliti dalam perencanaan komunikasi, jika keliru dalam strategi komunikasi maka hasil yang diperoleh tentu tidak dapat memenuhi harapan awal dari tujuan awalnya yaitu untuk pembangunan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Kewirausahaan, Komunikasi Pembangunan

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara berkembang memiliki dinamika pembangunan yang perlu menjadi perhatian berbagai pihak tidak hanya pemerintah sebagai perumus kebijakan. Melainkan, kepada masyarakat dan organisasi terkait yang dapat saling bahu membahu dalam pembangunan kapasitas dan modal sosial yang mampu membangun kemandirian ekonomi masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 dalam (Widyastuti 2021) jumlah generasi Z yang lahir dalam kurun tahun 1997–2012 sebanyak 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94% dari total populasi berjumlah 270,2 juta jiwa. Sementara, generasi milenial yang lahir pada kurun tahun 1981–1996 jumlahnya 69,90 juta atau setara dengan 25,87%.

Besarnya angka pertumbuhan generasi usia produktif tentunya mampu menghasilkan kontribusi positif bagi kemajuan ekonomi suatu negara. Generasi muda merupakan sumber daya produktif yang dengan ide kreatifnya dapat membuka sebuah usaha yang juga membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran di angkatan kerja produktif (El Hasanah 2018). Dalam proses pembangunan modal sosial diperlukan strategi komunikasi pembangunan yang mampu memberdayakan generasi muda untuk mandiri dan mampu mengembangkan ragam potensi yang bernilai lagi bermanfaat pada lingkungan sosialnya.

Hal tersebut dibutuhkan karena komunikasi adalah proses kunci untuk menyatukan para pemangku kepentingan untuk bekerja sama dalam hal mengatasi masalah lingkungan dan sumber daya alam. Dengan pendekatan komunikasi partisipatif memungkinkan para pemangku kepentingan bekerja bersama untuk mencapai perubahan sosial yang berkelanjutan dari perubahan perilaku individu. Kheerajita, C. *et al.* 2014 dalam (Moenawar 2019).

Sumatra Barat adalah sebuah wilayah yang terletak di pulau Sumatera dengan ibu kota Padang yang memiliki luas wilayah 42.012,89 km² dengan populasi 5.534.472 jiwa sumber (Wikipedia 2022). Dari total jumlah populasi tersebut di dominasi oleh generasi Z dan generasi milenial. Generasi muda adalah sumber daya produktif yang dengan ide kreatifnya mampu membuka mengembangkan kewirausahaan

sekaligus membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran di angkatan kerja produktif. Semakin banyak generasi muda yang berkecimpung di dunia wirausaha semakin banyak pula produktivitas yang dihasilkan sehingga mampu meningkatkan perkembangan ekonomi nasional (El Hasanah 2018).

Melalui program ESC maka diharapkan dapat memperkuat sektor ekonomi UMKM di Sumatera Barat. Adapun *stakeholders* terkait langsung dengan program ini adalah Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Barat, Sekolah Bisnis IPB University, Bank Nagari dan generasi milenial Sumatera Barat yang menjadi peserta dalam program ESC. Melalui pelibatan secara partisipatif pemerintah kota dan kabupaten di seluruh Provinsi Sumatera Barat tujuannya adalah untuk menghasilkan 100 ribu *entrepreneur* muda di Sumatera Barat yang pada akhirnya mampu membangkitkan kemandirian ekonomi masyarakat secara mandiri dengan ragam inovasi. Inovasi adalah gagasan, tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang.

Di mana kebaruan yang dimaksud diukur secara subyektif menurut pandangan individu yang menerimanya. Ketika suatu ide dianggap baru oleh seseorang, maka ide itu sendiri adalah inovasi bagi orang tersebut. Konsep 'baru' pada ide yang inovatif tidak harus selalu baru. Secara umum, pada teori difusi inovasi terdapat lima karakteristik inovasi yang dapat memengaruhi adopsi seseorang secara individu, yaitu 1) Keuntungan relatif, 2) Kesesuaian, 3) Kerumitan, 4) Kemungkinan untuk di coba, 5) Kemungkinan untuk diamati. Rogers, 2003 dalam (Tri Wibowo *et al.* 2012).

Dalam pelaksanaan program ESC di dasari atas nilai dan prinsip komunikasi pembangunan yang menumbuhkan, menggerakkan dan memelihara partisipasi masyarakat dalam pembangunan suatu negara. Komunikasi pembangunan adalah proses yang mengajak masyarakat untuk berani dan mau meninggalkan yang lama untuk menggantikannya dengan yang baru (Susanto 1977). Program ESC bertujuan untuk mendorong generasi milenial agar mampu memberikan manfaat sosial positif yang berkelanjutan bagi pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat di Sumatera Barat yang terselenggara atas kolaborasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Sekolah Bisnis IPB University dan Eragon Digital Company.

Program ESC merupakan wujud nyata dari program pembangunan di bidang ekonomi yang diprakarsai oleh gubernur dan wakil gubernur Sumatera Barat yaitu Mahyeldi dan Audy Joinaldy dalam menciptakan 100 ribu entrepreneur di wilayah Sumatera Barat. *“Saat ini populasi milenial berbakat Sumatera Barat berjumlah ribuan orang namun minimnya akses dan dukungan serta kesempatan untuk berkembang berdampak pada keterbatasan pengembangan ide dan gagasan inovatif generasi muda khususnya dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat Sumatera Barat sebagai agent of change dan social of change.”* Audy Joinaldy dikutip dalam (Merdeka n.d.).

Besarnya potensi generasi milenial di Sumatera Barat menjadi perhatian khusus untuk berkontribusi dalam percepatan pertumbuhan wirausaha yang mandiri dan mampu menyerap tenaga kerja di wilayah masing-masing. ESC memiliki peran yang berguna sebagai sarana generasi milenial minang untuk mewujudkan ide dan inovasi usaha mereka agar lebih terencana dengan matang serta mendapatkan fasilitas pelatihan dan hadiah uang tunai yang diberikan oleh Pemerintah Sumatera Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Program ESC merupakan sebuah langkah pro aktif pemerintah Sumatera Barat dalam membangun keberdayaan generasi muda melalui kompetisi wirausaha. Melalui tahapan sistematis untuk mendorong realisasi program ekonomi pemerintah dengan mencetak 100 ribu *entrepreneur* di Sumatera Barat. Adapun rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemilihan media komunikasi, perencanaan komunikasi dalam sosialisasi program ESC pada generasi muda Sumatera Barat?
2. Bagaimana komunikasi pembangunan dilakukan pada program ESC?
3. Bagaimana mekanisme dalam mengedepankan partisipasi masyarakat dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi serta pencapaian hasil pada program ESC?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Melakukan pemetaan media komunikasi dominan yang digunakan oleh generasi muda Sumatera Barat sebagai sumber informasi
2. Menganalisis tahapan komunikasi pembangunan pada program ESC
3. Menyusun model komunikasi pembangunan yang efektif dalam proses pengembangan kapasitas kewirausahaan peserta program ESC

1.4 Novelty

Hasil dari studi literatur dengan sintesis teori dan gagasan yang menjadi novelty dalam penelitian adalah komunikasi afirmatif. Komunikasi afirmatif dikembangkan dari konsep tindakan afirmatif strolovith dan politik rekognisi dari Axel Hannot yang melekat dalam individu maupun kelompok. Komunikasi Afirmatif diperkuat dengan keterlekatan modal sosial dan penggunaan *soft power* pada individu maupun kelompok. Komunikasi Afirmatif, penggunaan modal sosial, dan kearifan lokal dapat digunakan serta difungsikan sebagai kekuatan perjuangan membentuk konsensus di ruang publik (Wilkins 2014, 1999).

ESC dalam hal ini merupakan program pembangunan yang bertujuan untuk memajukan ekonomi masyarakat minang yang di mulai dari partisipasi generasi milenial dalam pengembangan ide dan gagasan pada bidang kewirausahaan.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Strategi Komunikasi

Middleton dalam (Cangara 2014) mengemukakan tentang strategi komunikasi yang merupakan kombinasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang di bangun untuk mencapai target komunikasi yang optimal. Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah 1) *To secure understanding* yaitu komunikasi memahami isi dari informasi atau pesan yang disampaikan, 2) *To establish acceptance* kegiatan pembinaan kepada penerima setelah pesan dimengerti dan diterima, 3) *To motivation action* memotivasi kegiatan organisasi Pace, 1979 dalam (Rodiah dan Yusup 2018). Strategi komunikasi dilandaskan pada berbagai asumsi yang memuat

beragam informasi pembangunan serta dari sisi sebaliknya yaitu mengkomunikasikan apa permasalahan dan kebutuhan masyarakat dari bawah merupakan hal yang penting pada konteks pembangunan (Kifli 2007).

Menurut (Wijaya 2015) strategi komunikasi adalah sebuah konstruksi yang dibuat untuk mengubah tingkah laku individu dalam skala yang lebih besar melalui proses transfer ide-ide baru yang bertujuan untuk mencapai hasil yang tepat dalam pelaksanaan program pembangunan. Penentuan strategi komunikasi adalah langkah penting yang memerlukan penanganan secara teliti dalam perencanaan komunikasi, jika keliru dalam strategi komunikasi maka hasil yang diperoleh tentu tidak dapat memenuhi harapan awal dari tujuan awalnya yaitu untuk pembangunan.

Dalam menyusun strategi komunikasi dapat menggunakan dapat menggunakan salah satunya dapat menggunakan analisis SWOT meliputi 1) Analisis faktor internal, yang terdiri atas *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan); 2) Analisis faktor eksternal, meliputi *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman). Analisis SWOT bertujuan untuk menentukan strategi komunikasi pembangunan partisipatif dalam program pemberdayaan masyarakat (Sulaiman 2019).

Melalui strategi komunikasi, program pembangunan dapat menentukan arah atas tujuan pembangunan yang diharapkan dapat menciptakan keberdayaan masyarakat dalam membentuk kemandirian ekonomi untuk menanggulangi masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Strategi komunikasi berguna sebagai pijakan awal untuk menyusun dan merencanakan program pembangunan yang menjadi acuan dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pada program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat yang bersifat *bottom up*.

Setiap strategi komunikasi berlandaskan atas berbagai asumsi dan memiliki persoalan yang spesifik yang khas dimana masyarakat itu berada. Persoalan yang lazim terjadi saat ini adalah dimana asumsi dan persoalan tersebut tidak selalu sesuai dengan kondisi yang benar terjadi di masyarakat yang sangat beragam yang menyebabkan kelompok masyarakat menjadi terpinggirkan dari sistem komunikasi yang ada (Kifli 2007).

Dengan menggunakan strategi komunikasi yang bersifat *bottom up* maka masyarakat diajak berpartisipasi secara langsung dalam menentukan arah dari pembangunan. Tujuannya adalah agar tujuan dari strategi komunikasi dilandaskan atas kondisi dan masalah sosial yang nyata di masyarakat. Masyarakat dalam hal ini tidak hanya menjadi partisipan, melainkan menjadi penentu arah keberhasilan untuk membangun keberdayaan dirinya menjadi lebih baik dan sejahtera.

2.2 Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan adalah cara untuk membangkitkan dan mengembangkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan (Rani 2016). Kemudian menurut Nasution, 2002 dalam (Rani 2016) komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal-balik di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan; terutama antara masyarakat dengan pemerintah, dimulai sejak proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan.

Menurut (Servaes 2003) tipologi partisipasi pada pembangunan di masyarakat dikategorikan pada 7 tipologi partisipasi 1) *Passive Participation*, masyarakat diposisikan sebagai penerima informasi tentang apa yang akan atau telah terjadi, 2) *Participation in information giving*, masyarakat dilibatkan dalam proses pengumpulan informasi melalui survei dan metode lain sejenis. Namun demikian, masyarakat tidak memiliki peluang untuk memengaruhi proses dalam perumusan kebijakan, 3) *Participation by consultation*, masyarakat memiliki kesempatan untuk menyampaikan perspektif mereka tentang masalah dan solusi yang diharapkan. Namun tidak terlibat dalam pengambilan keputusan, 4) *Participation for material incentives*, melibatkan dalam masyarakat pada kegiatan yang membutuhkan tenaga, penyediaan sarana pra-sarana dan material pendukung lainnya, 5) *Functional participation*, berpartisipasinya masyarakat melalui pembentukan kelompok-kelompok yang bertujuan untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan dalam rencana pembangunan hal ini terjadi bila program sudah resmi akan dilaksanakan, karena masyarakat belum dilibatkan dalam proses perencanaan, 6) *Interactive participation*, masyarakat berkontribusi untuk melakukan telaah dan analisis secara bersama, dengan metodologi interdisipliner guna menghimpun

ragam perspektif dan memanfaatkan proses pembelajaran sistematis dan terstruktur untuk menggali potensi atau menyelesaikan masalah pembangunan, 7) *Self mobilization*, masyarakat berpartisipasi dalam menentukan inisiatif *independent* tanpa melibatkan pihak lain dari proses perencanaan hingga pelaksanaan.

Pengertian komunikasi pembangunan menurut (Widjaya AW & Hawab 1986) adalah komunikasi yang berisi pesan-pesan pembangunan. Komunikasi pembangunan terjadi dalam berbagai tingkatan dari pemerintah dan negara, petani sampai pejabat termasuk di dalamnya yang berbentuk pembicaraan secara kelompok, musyawarah pada lembaga resmi siaran dan lainnya.

Menurut Alvinaro & Harun 2011 dalam (Wijaya 2015) komunikasi pembangunan memiliki beberapa strategi yang pada masing-masingnya mewakili sebuah rangkaian prioritas tertentu mengenai bagaimana menggunakan komunikasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pembangunan, meliputi 1) Strategi berdasarkan media. Setiap komunikator yang memanfaatkan strategi ini dapat mengelompokkan kegiatan mereka disekitar medium tertentu yang disukai. Strategi ini cenderung lebih mudah dan populer namun paling tidak efektif, 2) Strategi desain intruksional, biasanya digunakan oleh kalangan akademisi di mana fokus strateginya adalah pada pembelajaran para individu yang dituju sebagai suatu sasaran yang fundamental, 3) Strategi partisipasi, prinsip-prinsip penting dalam mengorganisasi kegiatan adalah kerja sama komunitas dan pertumbuhan pribadi yang menjadi penting bukan berapa banyak informasi yang dipelajari seseorang melalui program komunikasi pembangunan melainkan lebih kepada pengalaman keikutsertaan sebagai individu yang sederajat dalam proses berbagi pengetahuan dan keterampilan.

ESC salah satu bentuk komunikasi pembangunan yang bertujuan untuk memafasilitasi potensi inovasi generasi milenial minang untuk mengembangkan usahanya dalam berbagai bidang seperti kuliner, *startup*, *fashion*, dan industri yang bergerak dalam bidang jasa. Dengan melibatkan generasi milenial minang sebagai innovator bekerja sama dengan Sekolah Bisnis IPB yang dalam hal ini sebagai juri dan mentor pada program ESC.

2.3 Pemberdayaan Masyarakat

Menurut (Tampubolon *et al.* 2006) konsep “pemberdayaan” berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*empower*” yang berarti “*memberi kuasa/wewenang kepada.*” Konsep ini mulai berkembang di tahun 1980-an umumnya digunakan oleh agen-agen pembangunan hingga kita saat ini. Pemberdayaan menjadi jargon populer pada kalangan agen pembangunan masyarakat, khususnya yang berkaitan secara langsung pada penanganan masalah kemiskinan.

Pemberdayaan secara sederhana yaitu pemberian “*power*” atau kekuasaan atau kekuatan atau daya kepada kelompok yang kurang berdaya atau lemah sehingga mereka memiliki kekuatan untuk berbuat (Ife 1999) dalam (Tampubolon *et al.* 2006). Pemberdayaan menurut (Kartasasmita 1996) terbagi menjadi dua arah, yaitu: 1) Upaya melepaskan belenggu kemiskinan dan keterbelakangan, 2) Memperkuat posisi lapisan masyarakat dalam struktur kekuasaan.

Menurut (Sumardjo 2014) model pemberdayaan masyarakat berbasis masyarakat menekankan terjadinya kolaborasi dengan para mitra strategis sebagai upaya mendorong terwujudnya masyarakat mandiri, berdaya dan memiliki kapasitas agar mampu meraih kesejahteraan dalam rangka mewujudkan kehidupan yang lebih baik.

2.4 Entrepreneurship

Menurut (Rahmawati, RizkyYanti, and Aulawi 2020) wirausaha atau *entrepreneurship* adalah individu yang memiliki potensi melihat dan menilai peluang atau kesempatan bisnis, kegiatan wirausaha dalam aktivitasnya dapat melaksanakan proses dalam penciptaan kesejahteraan dengan mengeksplorasi nilai tambah melalui kolaborasi ragam gagasan dengan memadukan sumber daya dan merealisasikannya menjadi kenyataan.

Tujuan *entrepreneur* adalah 1) meningkatkan jumlah wirausaha berkualitas; 2) bersikap seperti apa adanya seorang *entrepreneur* dengan menginspirasi, mendorong kemauan untuk berwirausaha kepada orang lain, memiliki sifat yang tangguh dan tidak mudah menyerah dan mampu membangun semangat generasi muda lainnya untuk mau bekerja keras dalam mencapai kesuksesan; 3) untuk memajukan dan menyejahterakan masyarakat. Semakin sukses dan

berkembangan suatu bisnis, maka akan menyerap semakin banyak sumber daya manusia. Dengan berkurangnya angka pengangguran, berarti suatu usaha telah berhasil mewujudkan tujuan kewirausahaan untuk memajukan dan menyejahterakan masyarakat. Sujianto, 2018 dalam (Rahmawati, RizkyYanti, and Aulawi 2020).

Salah satu syarat yang membuat negara dikategorikan sebagai negara maju yaitu telah memiliki 14 persen dari total populasinya yang berprofesi sebagai *entrepreneur*. Perbulan Desember 2020 Indonesia memiliki jumlah penduduk 271.349.889 di mana sampai saat ini jumlah *entrepreneur* yang ada hanya menyentuh angka 3% dari total penduduk yang ada saat ini. Terdapat selisih jumlah yang cukup besar agar Indonesia masuk dalam kategori negara maju bila dihitung dari jumlah wirausaha yang ada saat ini merupakan tanggung jawab Bersama agar Indonesia mampu mencapai kemakmuran ekonomi dalam tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara. (Rudhy Dwi Chrysnaputra 2021). Seiring perkembangan dunia global yang begitu cepat serta tuntutan hidup akan peningkatan ekonomi dalam setiap individu, mengakibatkan *entrepreneur* menjadi jalan pintas dalam mengentaskan kemiskinan di masyarakat guna meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat.

2.5 Profil Program ESC

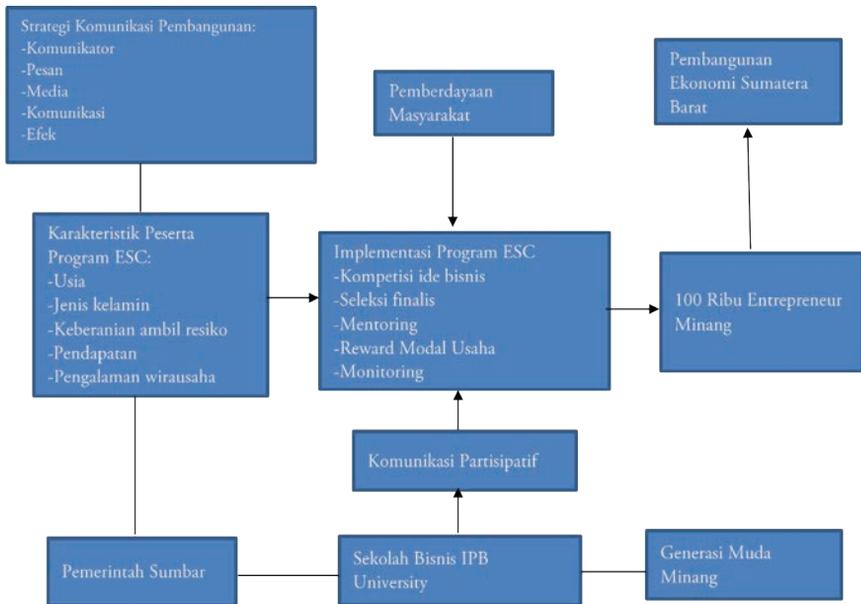
Program *Entrepreneur Success Challenge* (ESC) merupakan program kompetisi kewirausahaan yang memberikan kesempatan kepada milenial Sumatra Barat untuk 1) memperoleh *reward* total puluhan juta rupiah, pendampingan dan edukasi kapasitas kewirausahaan, 2) mewujudkan dan mengembangkan ide bisnis yang kreatif dan inovatif, 3) membuka peluang generasi milenial untuk menjadi *entrepreneur* sukses yang tangguh dan bermanfaat.

ESC adalah program yang di inisiasi oleh wakil gubernur Sumatra Barat Dr. Ir. Audy Joinaldy, S.Pt, M.Sc., MM. di mana program ini ditujukan bagi masyarakat Sumatra Barat atau mereka yang memiliki usaha di wilayah Sumatera Barat, berusia minimal 18 tahun atau maksimal 40 tahun dan berkeinginan untuk berwirausaha atau sudah menjadi wirausaha. ESC merupakan komitmen pemerintah Sumatera Barat dalam memberdayakan energi potensial generasi milenial minang melalui sistem komunikasi *bottom up* yang menempatkan peserta sebagai penentu dan inisiator dalam pengembangan inovasi kewirausahaan.

2.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah studi literatur, pengumpulan data dengan cara mencari dan membaca sumber-sumber tertulis pada buku, publikasi ilmiah dan jurnal yang mampu menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan literatur secara *online* didapatkan melalui google scholar dan scimago. Studi literatur merupakan penelitian dengan pemanfaatan data-data kepustakaan melalui proses membaca dan memahami buku, publikasi ilmiah dan jurnal atau dokumen yang merepresentasikan kondisi masa lalu dan saat ini dengan fokus pada topik atau tema besar penelitian guna menghasilkan satu kesimpulan Creswell, 2008 dalam (Marzali 2017).

2.7 Kerangka Penelitian



Kerangka Penelitian

3. Pembahasan

Hasil penelitian (Nindatu 2019) menyimpulkan bahwa kegiatan pemberdayaan telah memberdayakan masyarakat miskin dan membentuk kemandirian melalui program pemberdayaan masyarakat dapat membantu dirinya sendiri dan memperbaiki kehidupan mereka menjadi lebih baik. Pemberdayaan masyarakat dengan mengedepankan partisipasi masyarakat dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi serta pencapaian hasil. Pemberdayaan juga melibatkan peran *stakeholder* dalam hal ini pemerintah daerah, perguruan tinggi, pemerintah desa dan pihak swasta.

Pada penelitian (Hadimin *et al.* 2020) di sebutkan bahwa komunikasi pembangunan diartikan sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik di antara seluruh pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama masyarakat dan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan. Sumber daya manusia yang unggul terdiri dari pimpinan pemerintah desa, aparat desa dan seluruh masyarakat desa sebagai tokoh yang berperan penting dalam penentu arah pembangunan. Komunikasi pembangunan adalah proses penyampaian materi dalam rangka meningkatkan sesuatu agar menjadi lebih baik.

Melalui hasil penelitian (Rani 2016) diketahui bahwa komunikasi pembangunan bukan hanya semata digunakan untuk menyampaikan program-program pembangunan, melainkan juga sebagai cara untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa. Banyaknya masalah pembangunan terkait perubahan pola pikir serta perilaku masyarakat dapat terselesaikan dengan baik apabila melibatkan partisipasi masyarakat dalam komunikasi pembangunan. Peran komunikasi dalam pembangunan menjadi sangat penting khususnya melalui Pendidikan dan pelatihan.

Dalam penelitian (Wibowo *et al.* 2014) menggunakan model analisis interaktif, hasil penelitian menunjukkan terdapat strategi-strategi komunikasi masyarakat Samin di dalam memelihara dan membangun ketahanan pangan lokal yang direfleksikan melalui tradisi lisan dan symbol-simbol. Saluran dalam menyampaikan pesan yang berisi nilai-nilai kehidupan dan tradisi Samin adalah saluran-saluran interpersonal.

Hasil penelitian (Saepudin, Budiono, and Rohman 2016) tentang strategi komunikasi dalam pengembangan desa wisata agro di kabupaten Bandung Barat menggunakan metode kualitatif meliputi wawancara, observasi, *focus group discussion* dan studi literatur. Hasil penelitian para pelaku pariwisata dan pelaku pertanian secara sinergis dapat merencanakan, menyusun, memprogramkan agro wisata yang bermanfaat bagi masyarakat, pengusaha dan pemerintah. Di butuhkan komunikasi yang baik antar pihak terkait menggunakan strategi komunikasi yang penting sebagai paduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.

Selanjutnya pada penelitian (Rangkuti 2009) menjelaskan bahwa kemandirian pangan hanya dapat terwujud jika pembangunan dilaksanakan atas prakarsa masyarakat sebagai bentuk kesadaran untuk membangun usaha tani modern didukung strategi komunikasi yang efektif dan efisien.

Program ESC dalam menjangkau potensi dan bakat generasi muda minang dalam inovasi dibidang kewirausahaan berorientasi pada minat dan keinginan masyarakat dalam menciptakan ide usaha strategis. Melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan *stakeholder* yang sesuai dengan kemampuan dalam bidang masing-masing. ESC adalah program pembangunan untuk melepaskan belenggu kemiskinan di masyarakat dan menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat yang berdaya dan mampu berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan daerah di Sumatera Barat serta menyerap tenaga kerja yang jumlahnya cukup besar di Sumatera Barat.

4. Penutup

4.1 Simpulan

Besarnya jumlah generasi milenial dan generasi z di Sumatera Barat adalah bonus demografi yang cukup penting serta menjadi penentu pembangunan ekonomi daerah di masa mendatang. Para generasi muda yang akrab dengan teknologi dan informasi digital diharapkan dapat mengembangkan inovasi yang berarti demi kemajuan UMKM di Sumatera Barat.

Pemerintah Sumatra Barat menargetkan untuk mencetak 100 ribu entrepreneur muda minang yang mampu berpengaruh positif bagi lingkungan sekitarnya. Generasi muda minang ditempatkan sebagai innovator dan kreator dalam penyusunan dan pembentukan ide usaha yang mampu menjawab kebutuhan di masyarakat meliputi beragam sektor.

ESC memiliki keunggulan dimana peserta kompetisi mendapat keleluasaan untuk membangun ide usaha yang kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan kearifan lokal di wilayah masing-masing. Pemerintah Sumatra Barat menjadi fasilitator untuk mengkolaborasikan potensi kewirausahaan yang dimiliki generasi muda untuk mendapatkan pengarahan dan mempertajam target usaha mereka dengan melibatkan kalangan akademisi, pengusaha, dan perbankan.

4.2 Saran

Untuk mewujudkan visi pemerintah Sumatra Barat dalam mencetak 100 ribu *entrepreneur* muda minang dibutuhkan perencanaan sistematis, terukur dan berkelanjutan. Generasi muda minang sebagai sasaran utama program ESC dapat dijangkau salah satunya menggunakan media sosial berbasis digital hal ini merupakan salah satu bentuk sosialisasi visi pemerintah Sumatra Barat dalam komitmennya untuk menghasilkan 100 ribu *entrepreneur*.

Bentuk-bentuk kegiatan yang bersifat partisipatif diharapkan dapat menarik minat generasi muda untuk berani menyampaikan ide-ide kreatif mereka dalam pengembangan sektor UMKM di Sumatra Barat. Dengan bantuan dan dukungan pemerintah untuk saling berkolaborasi dalam mewujudkan peningkatan pembangunan ekonomi di wilayah Sumatra Barat.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafid. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hadimin, Deni Nurdyana, Tatang Sudrajat, Hersusetiyati, Witri Cahyati, Fauzan Aziz, Pupi Indriati Zaelani, M Dadi Priadi, et al. 2020. "Komunikasi Masyarakat Menuju Desa Unggul Dan Mandiri." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat USB* 1 (2): 65-71.
- Hasanah, Lak Lak Nahat El. 2018. "Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Studi Pemuda* 4 (2): 268. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>.

- Kifli, Gontom C. 2007. "Komunitas Dayak Di Kalimantan Barat Agricultural Development Communication Strategy of Dayak Community in West Kalimantan." *Strategi Komunikasi Pembangunan Pertanian Pada Komunitas Dayak Di Kalimantan Barat*, 117-25.
- Merdeka. n.d. "Program 100 Ribu Entrepreneur Mahyeldi-Audy Bakal Jadikan Sumbar Kiblat Start Up | Merdeka.Com." Accessed April 19, 2022. <https://www.merdeka.com/peristiwa/program-100-ribu-entrepreneur-mahyeldi-audy-bakal-jadikan-sumbar-kiblat-start-up.html>.
- Moenawar, M. Ghozali. 2019. "Seminar Nasional Sosial Ekonomi 2019." In *Manajemen Inovasi Mendukung Transformasi Pembangunan Agribisnis Kerakyatan Dan Penyuluhan Di Era Revolusi Industri 4.0*, edited by Yuerlita, Rika Hariance, and Mahdi, 18-19. Padang, Sumatera Barat: Universitas Andalas.
- Nindatu, Peininan Ireine. 2019. "Komunikasi Pembangunan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengentasan Kemiskinan." *Jurnal Persektif Komunikatif* 3 (2): 91-103.
- Rahmawati, Apriliyana, Etyca RizkyYanti, and Hanif Aulawi. 2020. "Achievement Entrepreneurship Training Untuk Calon Pengusaha Muda Kota Bekasi." *Jurnal Achievement Entrepreneurship Training Untuk Calon Pengusaha Muda Kota Bekasi Achievement* 2 (2): 122-33.
- Rangkuti, Parlaungan Adil. 2009. "Strategi Komunikasi Membangun Kemandirian Pangan," no. 0251: 39-45.
- Rani, Samsul. 2016. "Strategi Komunikasi Dalam Pembangunan Desa Berbasis Partisipatif." *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 15 (29): 45-53.
- Rodiah, Saleha, and Pawit M Yusup. 2018. "Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Agro Wisata Di Kabupaten Pangandaran." *Jurnal Signal* 6 (2): 1-13. <https://doi.org/10.33603/signal.v6i2.1321>.
- Rudhy Dwi Chrysnaputra. 2021. "Peran Dan Fungsi Kewirausahaan Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Indonesia." *Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Syariah* 3 (1): 28-48. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v3i1.301>.
- Saepudin, Encang, Agung Budiono, and Asep Saeful Rohman. 2016. "Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Wisata Agro Di Kabupaten Bandung Barat." *EduLib* 6 (2): 154-68. file:///C:/Users/Perpustakaan/Downloads/EduLib/Vol 6 No 2 - 2016/5027-10126-1-PB.pdf.
- Servaes, Jan. 2003. *Communication For Development And Social Change*. Paris: SAGE Publication.
- Sulaiman, Adhi Iman et al. 2019. "Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Kemandirian Mantan Tenaga Kerja Indonesia Di Kabupaten Lampung Timur." *Jurnal Penelitian* 13 (1): 123. <https://doi.org/10.21043/jp.v13i1.4191>.

- Sumardjo. 2014. "Model Pemberdayaan Masyarakat Dan Pengelolaan Konflik Sosial Pada Perkebunan Sawit Di Propinsi Riau."
- Tampubolon, Joyakin, Basita Ginting Sugihen, Margono Samet, Djoko Susanto, and Sumardjo Sumardjo. 2006. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Kelompok (Kasus Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Pendekatan Kelompok Usaha Bersama (KUBE)." *Jurnal Penyuluhan* 2 (Juni 2006, No.2).
- Tri Wibowo, Cahyono, Sumardjo, Didin Hafidhuddin, and Sarwiititi S Agung. 2012. "Pola Komunikasi Pada Pengembangan Kapasitas Kewirausahaan Petani Sayuran (Kasus Pendampingan Misi Teknik Taiwan Di Kabupaten Boyolali Dan Bogor)." *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 10 (1): 47-57. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/9058%0Ahttps://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/download/9058/7122/>.
- Wibowo, Agung, Zaini Rohmad, D Padmaningrum, and Wahyu Utami. 2014. "Strategi Komunikasi Masyarakat Samin Dalam Membangun Ketahanan Pangan Lokal." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (3): 262-71.
- Widyastuti, Rr. Ariyani Yakti. 2021. "Sensus Penduduk 2020, BPS: Generasi Z Dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk RI - Bisnis Tempo.Co." January 23, 2021. <https://bisnis.tempo.co/read/1425919/sensus-penduduk-2020-bps-generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-ri/full&view=ok>.
- Wijaya, Ida Suryani. 2015. "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan." *Jurnal Perencanaan Dan Strategi Komunikasi XVIII* (1): 53-61. https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428.
- Wilkins, Karin Gwinn. 1999. "Development Discourse on Gender and Communication in Strategies for Social Change." *Journal of Communication* 49 (1): 46-68. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02781.x>.
- . 2014. "Advocacy Communication for and about Women Karin." In *Reclaiming the Public Sphere Communication, Power and Social Change*, edited by Tina Askanius and Liv Stubbe Østergaard, 47-63. New York: Palgrave Macmillan.

Model Komunikasi Pembaruan Generasi Petani di Era Digital

Hari Otang Sasmita

Ikhtisar

Menurunnya jumlah petani muda di Indonesia dalam kurun waktu 10 tahun terakhir menimbulkan kekhawatiran terhadap ketahanan pangan di masa depan serta ketersediaan modal manusia sebagai pelaku usaha tani yang mandiri dan bermartabat. Eksodus pemuda desa menuju wilayah urban dan perkotaan serta ditinggalkannya usaha pertanian menuju sektor industri non pertanian menjadi faktor menurunnya jumlah petani muda baik di Indonesia maupun di negara lain. Di tengah revolusi industri 4.0, pembangunan pertanian baik di Indonesia maupun di dunia saat ini tengah mengutamakan pada praktik pertanian berkelanjutan meskipun Indonesia baru masuk tahap industrialisasi. Kajian literatur ini menganalisis konsep petani, kesejahteraan, teknologi, dan era digital dalam pertanian berkelanjutan. Hasil kajian dan analisis menunjukkan bahwa pembaruan generasi baik petani maupun usaha tani menjadi mendesak untuk dilakukan, utamanya jika dikaitkan dengan ketahanan pangan dan keberlanjutan pertanian. Pembaruan generasi dan transformasi pertanian dipengaruhi beberapa faktor, yaitu faktor individu, faktor pertanian dan keluarga, faktor sumber daya pertanian, dan faktor masyarakat.

Kata Kunci: Model Komunikasi, Pembaruan Generasi, Petani, Era Digital

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) memperkirakan populasi dunia akan mencapai 8,5 milyar pada tahun 2030 dan 9,7 miliar tahun 2050 serta pada akhir abad ini diproyeksikan mencapai 11,2 miliar¹. Indonesia diperkirakan termasuk kedalam sembilan negara yang mencakup setengah dari pertumbuhan populasi dunia hingga tahun 2050 setelah India, Nigeria, Pakistan, Kongo, Ethiopia, Tanzania, dan Amerika Serikat. Tingginya populasi di masa depan dapat menimbulkan beragam masalah seperti namun tidak terbatas pada ketahanan pangan dan kelaparan secara global, hal ini terjadi karena pertumbuhan penduduk didunia diiringi dengan tingginya alih fungsi lahan pertanian dan menurunnya petani secara global khususnya petani muda.

Menurunnya jumlah petani muda (Unay-Gailhard 2022), (Prince *et al.* 2022), (Guzman 2020) (Zagata dan Sutherland 2015) yang tidak hanya dialami bangsa Indonesia saat ini dapat menimbulkan tantangan di masa depan dalam menjaga daya saing bangsa, keberlanjutan, dan ketahanan pangan sektor pertanian Indonesia, selain menjaga persediaan/regenerasi modal manusia (Tisdell 2009). Mengatasi tantangan potensial ini, sejak tahun 2019 Indonesia melalui Kementerian Pertanian menggulirkan program Youth Entrepreneurship and Employment Support Services (YESS) yang bekerja sama dengan International Fund for Agricultural Development (IFAD). Melalui program YESS dengan dana tidak kurang dari 50 juta dolar untuk program 2019–2025 ini, utamanya adalah untuk menciptakan wirausaha milenial bidang pertanian yang tangguh dan berkualitas di Indonesia. Selain YESS di tingkat nasional, pada tingkat provinsi, pemerintah Provinsi Jawa Barat pun mulai tahun 2021 meluncurkan program Petani Milenial dengan target utamanya adalah pengembangan kapasitas petani muda.

Petani milenial di Jawa Barat diwujudkan melalui Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 25 tahun 2021 tentang pembangunan sumber daya manusia pertanian, perikanan, dan kehutanan melalui program petani milenial di daerah provinsi Jawa Barat (Jabar 2021). Istilah “petani

¹ <https://www.voaindonesia.com/a/pbb-populasi-dunia-capai-11-miliar-akhir-abad-ini/2886529.html>

milenial” dalam peraturan Gubernur tersebut adalah petani berusia 19 (sembilan belas) tahun sampai dengan 39 (tiga puluh sembilan) tahun, dan/atau petani yang adaptif terhadap teknologi digital.

Program petani milenial merupakan *branding* dunia pertanian di Jawa Barat yang berupaya untuk merangsang dan regenerasi pelaku usahatani dari generasi *milenial* dengan tujuan utamanya adalah: tersedianya lapangan kerja; terjaminnya ketersediaan produk pertanian yang berkualitas dan berdaya saing; termanfaatkannya lahan Barang Milik Daerah secara optimal; dan terlaksanakannya sarana penerapan teknologi dalam pengelolaan dan pemasaran produk pertanian, perikanan dan kehutanan. Program ini berupaya untuk memberikan intervensi dan solusi bagi wilayah Jawa Barat (khususnya) terkait kurangnya minat dan kemampuan generasi muda pada bidang pertanian baik *on farm* maupun *off farm*, belum maksimalnya hasil produksi pertanian, serta tingginya angka pengangguran terbuka yang mencapai 2.1 juta orang pada tahun 2021². Namun, data BPS 2022 (BPS Indonesia 2022) menunjukkan angka pengangguran terbuka di Jawa Barat mencapai 2.4 juta.

Secara nasional data sensus BPS 2022 (BPS Indonesia 2022) menyajikan profil petani di Indonesia berdasarkan kelompok umur sebesar 35,99% petani muda (< 35 tahun); dan sisanya petani berusia lanjut (sebesar 64.01% atau sebanyak 83885081 tenaga kerja pertanian berusia di atas 35 tahun. Berdasarkan data BPS 2018 (BPS Jawa Barat 2018), profil petani di Provinsi Jawa Barat berdasarkan kelompok umur, sekitar 8,49% atau sebanyak 276306 tenaga kerja pertanian berusia kurang dari 35 tahun; kemudian sekitar 20,58% atau sebanyak 669.243 orang berusia 35–44 tahun, lalu sekitar 28,79% atau sebanyak 936.052 orang berusia antara 45–54 tahun, dan sekitar 42,1% atau sebanyak 1.369.224 juta orang berusia di atas 55 tahun. Artinya jumlah petani berusia di atas 45 tahun adalah sebesar 70,80%, sehingga hal ini mengkhawatirkan bagi ketahanan pangan, keberlanjutan pembaruan generasi, dan transformasi pertanian di Jawa Barat khususnya dan Indonesia umumnya jika tidak dipersiapkan intervensi, solusi dan kebijakan yang memadai.

² <https://regional.kompas.com/read/2021/08/16/221334678/jumlah-pengangguran-terbuka-di-jabar-capai-21-juta-orang?page=all>

Namun begitu, program petani milenial Provinsi Jawa Barat per tanggal 20 Maret 2021 sudah mampu meluluskan 1249 petani yang masuk kedalam kelompok petani milenial yang berhasil. Beberapa petani yang tidak berhasil diungkapkan oleh Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil³ sebagian besar disebabkan akses layanan perbankan yang tidak memadai, salah menentukan komoditas dan gagal panen. Artinya, sebanyak 1.249 petani milenial yang diwisuda telah membuktikan konsistensi dan keberhasilan pembaruan generasi petani di Jawa Barat. Regenerasi petani pun sudah terlihat, dari penggunaan teknologi pengolahan pertanian, hingga pemasaran (*e-commerce*) yang tidak ditemui pada petani lansia.

1.2 Rumusan Masalah

Keberhasilan dan kegagalan program pembaruan generasi petani dalam menjawab permasalahan menurunnya minat petani muda serta terancamnya ketahanan pangan di Indonesia maupun di dunia, dipengaruhi oleh multi faktor dan multi dimensi, termasuk tantangan dan ancaman dari perubahan iklim global. Hal ini yang melatarbelakangi untuk menganalisis bagaimana peran komunikasi pembangunan dalam mensukseskan program pembaruan generasi petani di Indonesia melalui program Petani Milenial, serta faktor-faktor dominan yang memengaruhinya.

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian diarahkan untuk menjawab masalah yang berkaitan dengan faktor-faktor dominan yang memengaruhi transformasi generasi muda sebagai perwujudan pembaruan generasi petani.

1.4 Novelty

Berdasarkan uraian di atas dan temuan-temuan sebelumnya, penelitian ini memiliki kebaruan/*novelty* tipe **improvement** dengan mengkaji sebuah model komunikasi pengembangan sumberdaya manusia Provinsi Jawa Barat melalui Program Petani Milenial (dari hulu ke hilir) yang akan diterapkan melalui dua tahap yaitu: tahap akselerasi dari tahun

³ <https://katadata.co.id/shabrinaparamacitra/berita/623d884300a7d/1249-petani-milenial-di-jawa-barat-diwisuda>

2021–2023; dan tahap pengembangan dari tahun 2023–2027. Adapun beberapa kebaruan yang dicoba untuk ditemukan dalam hasil analisis ini dari adalah:

1. Menemukan faktor-faktor penentu dari karakteristik individu (milenial), pengembangan sumber daya manusia, lingkungan kerja, motivasi kerja, dan kompetensi komunikasi terhadap upaya meningkatkan capaian Program Petani Milenial menuju kemandirian petani.
2. Menemukan faktor-faktor dan model komunikasi, informasi dan data terpadu Program Petani Milenial

1.5 Metode Kajian

Metode yang digunakan dalam menelusuri faktor-faktor yang memengaruhi pembaruan generasi atau regenerasi petani ini adalah melalui tinjauan sistematis (*systematic review*). Menurut (Higgins dan Green 2008) *systematic review* mencoba untuk menyusun semua bukti empiris yang sesuai dengan kriteria kelayakan yang ditentukan sebelumnya untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu. *Systematic review* menggunakan metode eksplisit dan sistematis yang dipilih dengan maksud untuk meminimalkan bias, sehingga memberikan temuan yang lebih andal dari mana kesimpulan dapat ditarik dan keputusan dibuat.

2. Tinjauan Literatur

Penelitian-penelitian terdahulu telah mengungkap menurunnya jumlah petani muda di Indonesia dan negara-negara lain disebabkan multi-faktor dan isu yang kompleks. Beberapa temuan menyebutkan rendahnya minat, baik cita-cita maupun keinginan generasi muda untuk terlibat dalam kegiatan pertanian dan rendahnya dukungan keluarga terhadap anaknya untuk melakukan kegiatan di sektor pertanian sebagai faktor internal (Unay-Gailhard 2022) (Widiyanti 2020) (Widhiningsih 2020), selain itu faktor ketidakpastian ekonomi (Llorent-Bedmar *et al.* 2021), hukum dan keadilan sosial pada sektor tersebut (Jin *et al.* 2022) (Prince *et al.* 2022) (Arvianti *et al.* 2020) disebut sebagai

faktor eksternal. Oleh karena itu, upaya peningkatan kapasitas generasi milenial (muda) untuk melakukan kegiatan terkait pertanian tentunya sangat diperlukan sekaligus menjadi tantangan yang tidak mudah. Program Petani Milenial Provinsi Jawa Barat, menjadi penting sebagai *milestone* inisiatif dalam upaya memberikan solusi yang terstruktur dan holistik dari hulu hingga hilir (*on farm* dan *off farm*) dengan mempertimbangkan multi-faktor, sehingga program petani milenial ini dapat diamati melalui faktor-faktor pengaruh utama yang berlaku.

Pada faktor usia petani, penelitian (Masyhur 2016) menemukan bahwa usia menentukan bagaimana petani dapat mengadopsi teknologi. Petani yang berusia tua cenderung sulit dalam adopsi teknologi dibanding mereka yang masih berusia 40 tahun ke bawah. Dikatakan pula bahwa konten informasi yang relevan dengan petani di Indonesia masih sangat kurang, sehingga masyarakat yang baru mengenal TIK cenderung memilih menggunakan media sosial dengan tujuan sebagai hiburan dan mencari informasi di luar konteks pekerjaan mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa konten informasi terkait pertanian yang relevan di Indonesia masih sangat sedikit, hal ini yang menyebabkan pemanfaatan TIK dan media sosial sebagai sumber informasi, pengetahuan, akses pasar, dan transaksi menjadi belum optimal.

Penelitian (Damanik dan Tahitu 2020) menemukan bahwa petani setuju pemanfaatan telepon seluler sebagai media informasi pertanian meskipun mereka berada di rentang usia 40–55 tahun. (Handika, I, D, S dan Sulistiawati 2021) dalam penelitiannya pada salah satu gapoktan di Jawa Barat, menemukan bahwa responden yang aktif menjual komoditasnya secara daring menggunakan aplikasi media sosial dalam hal ini *Whatsapp* (WA) memiliki tingkat pendapatan yang layak, karena petani mampu menentukan harga sendiri di pasaran *online*, tanpa harus tunduk dengan harga dari tengkulak. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian (Khan *et al.* 2022) pada petani gandum di Pakistan yang menunjukkan semakin besar interaksi *Mobile phone and Internet technology Usage* (MPITU) yang dimiliki petani, semakin besar kemungkinan memperoleh saluran penjualan yang efektif, sementara penjualan yang beroperasi sendiri relatif rendah. Perkiraan model yang digunakan juga menunjukkan bahwa MPITU aktif meningkatkan

total pendapatan pendukung pertanian petani gandum lebih dari 35,7%. MPITU memiliki dampak paling nyata terhadap pertumbuhan pendapatan pertanian, dengan pengaruh pertumbuhan pendapatan rata-rata (sekitar 41%) diikuti oleh pendapatan di luar pertanian (sekitar 31%).

Temuan (Damanik dan Tahitu 2020) (Handika, I, D, S dan Sulistiawati 2021) dan (Khan *et al.* 2022) menunjukkan bahwa, kemampuan menggunakan teknologi pada usaha tani mampu meningkatkan pendapatan yang signifikan. Dijelaskan dalam penelitian mereka, kemampuan adopsi teknologi pada usaha tani di dominasi oleh kelompok usia muda yaitu dibawah 40 tahun (Masyhur 2016).

Penelitian (Erjavec 2021) pun menunjukkan bahwa petani semakin mengandalkan konferensi *online* dan situs jejaring sosial selama pandemi Covid-19. Pada saat yang sama, petani muda dan petani dengan tingkat pendidikan tinggi paling sering menggunakan saluran digital, dengan laki-laki lebih sering melakukannya daripada perempuan. Respondennya melaporkan memiliki lebih banyak waktu untuk dihabiskan bersama keluarga dan ternak mereka sebagai keuntungan, dan kurangnya interaksi tatap muka dengan petani dan penasihat lain sebagai kerugian dari pola komunikasi tersebut. Temuan penelitian (Kosenchuk 2021) terhadap pemuda desa di Rusia dan Kazakhstan, kaum muda saat ini pada umumnya siap menerima tren baru, mereka sudah memiliki keterampilan dasar yang diperlukan untuk bekerja dengan informasi digital. Tugas sekolah tinggi modern tidak hanya untuk memastikan perolehan kompetensi profesional di bidang tertentu, tetapi juga untuk menciptakan komunitas tingkat baru, memungkinkan siswa untuk bekerja dalam tim interdisipliner yang dapat memenuhi tantangan ekonomi digital baru.

Pada hasil penelitian (Kemenkominfo 2015) bahwa selama ini program pemberdayaan masyarakat petani di wilayah Jawa Barat masih kurang maksimal, hal ini dapat dilihat dari hasil produk pertaniannya masih belum maksimal. Selain itu masih ada kesenjangan informasi dan kebutuhan akan teknologi di wilayah Jabar bagian selatan. Wilayah Cianjur dan Sukabumi misalnya, mayoritas pola bertani masyarakat masih manual belum bisa mengikuti perkembangan zaman karena mayoritas petani manula. Generasi muda belum banyak yang menggeluti sektor

pertanian sehingga penghasilan dari sektor pertanian masih kurang. Sementara Jawa Barat bagian Utara dan Barat sudah mulai maju, masyarakat di wilayah itu sudah mulai mengembangkan pola bertani dengan cara-cara modern. Penggunaan Internet misalnya di wilayah Jabar bagian utara, Cirebon, Indramayu mereka sudah mulai melihat harga-harga hasil produk pasaran, sehingga dalam menentukan harga hasil jualnya sudah bisa menyesuaikan harga di pasar.

Penelitian (Kanjina 2021) menemukan hal yang berbeda, mayoritas petani di wilayah studi yaitu Chang Mai, Thailand tidak menerima atau menggunakan media sosial sebanyak 81,92%, dan mereka tidak memainkan peran yang signifikan bagi mereka sebagai sumber informasi pertanian yang penting. Mereka yang menggunakan media sosial (18,08%) menggunakan aplikasi tertentu, yaitu LINE, Facebook, dan YouTube, terutama untuk komunikasi, *update* terbaru, dan hiburan. Petani yang lebih muda dan petani dengan pendidikan formal yang lebih tinggi terkait dengan penggunaan media sosial secara signifikan. Temuan ini mencerminkan realitas bagaimana media sosial diterima di komunitas lokal di Thailand sebagai negara berkembang, dan situasi serupa kemungkinan akan ditemukan di negara berkembang lainnya seperti Indonesia.

Namun demikian, ini tidak berarti bahwa pemerintah dan lembaga pembangunan terkait di negara berkembang tidak boleh mencoba menggunakan media sosial dalam upaya penyuluhan pertaniannya. Mengingat situasi saat ini, seperti yang diamati dalam penelitian (Kanjina 2021), peralihan mendadak ke media sosial untuk penyuluhan pertanian tidak akan bermanfaat bagi petani atau instansi terkait. Sebaliknya, proses bertahap lebih disukai untuk mendorong petani dan instansi terkait, bersama dengan staf mereka, untuk mengadopsi dan memanfaatkan media sosial, dan kemudian penyuluhan pertanian berbasis media sosial. Dengan cara ini, potensi media sosial dapat dimanfaatkan sepenuhnya untuk penyuluhan pertanian yang menghasilkan manfaat bagi petani.

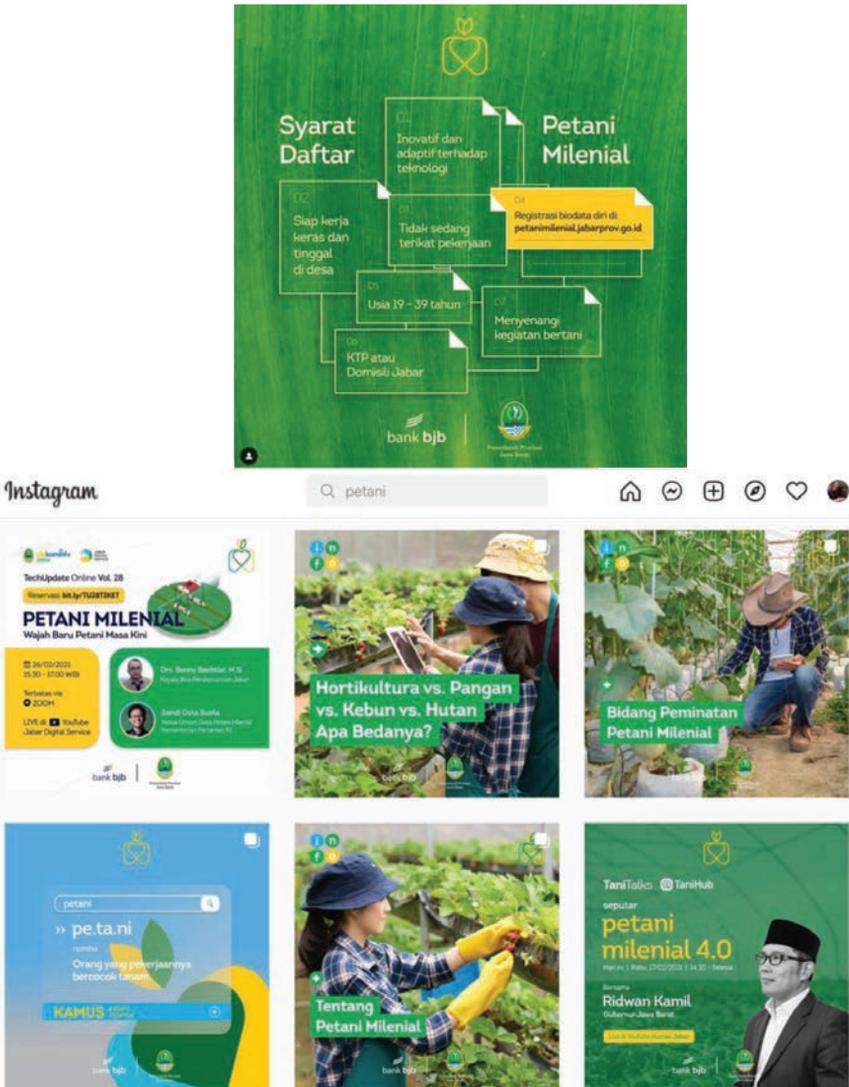
Penelitian-penelitian di atas menunjukkan bahwa karakteristik individu seperti usia, tingkat pendidikan, akses dan pemanfaatan TIK, keterdedahan media, persepsi pada pertanian, persepsi pada program dan motivasi memengaruhi kemampuan adaptasi, kemampuan

personal, kemampuan penggunaan dan penerapan teknologi. Hal ini sejalan dengan kriteria yang diberlakukan pada program Petani Milenial Jawa Barat, yaitu peserta harus berusia 19–39 tahun dan adaptif terhadap teknologi digital.

Dalam proses publikasi, sosialisasi dan seleksi program Petani Milenial, pemerintah Provinsi Jawa Barat melakukannya dengan memanfaatkan media sosial (Gambar 1) yang dekat dengan generasi muda yaitu *instagram*, *twitter*, *facebook* dan *website*. Hal ini menunjukkan bahwa hanya pemuda dengan kemampuan literasi digital yang baik yang dapat mengikuti setiap informasi dan tahapan pelaksanaan program Petani Milenial Jawa Barat. Selain penggunaan media sosial, konten program pada media sosial juga dikemas sesuai dengan preferensi generasi muda mulai dari warna, layout, jenis konten hingga format penyajiannya. *Branding* petani milenial (tinggal di desa rejeki kota) ini tidak berhenti hanya pada kemasan media sosial, untuk menyelaraskan dengan kemasan media sosial, atribut petani dan teknologi usaha tani pun baik *on farm* maupun *off farm* sudah melibatkan teknologi digital (Gambar 2). Hal ini untuk memperkuat pesan bahwa menjadi petani itu tidak lagi jauh dari teknologi, pekerjaan fisik dan kasar, kumuh, kucel dan pendapatan yang rendah.



Gambar 1 Media sosial program petani milenial Jawa Barat



Gambar 2 Branding petani milenial Jawa Barat pada media sosial instagram

Hasil penelitian (Arvianti *et al.* 2020) menunjukkan beberapa faktor dominan yang memengaruhi kinerja dan minat petani muda pada usaha hortikultura di Malang, Indonesia yaitu karakteristik individu, lingkungan ekonomi, lingkungan sosial budaya, kapasitas manajemen, dan minat. Di sisi lain, lingkungan ekonomi dan sosial budaya memengaruhi

kinerja melalui kepentingan petani, faktor ekonomi, lingkungan keluarga, dan karakter individu, terutama dalam hal penguasaan teknologi dan permodalan pertanian yang akan mendorong minat petani muda dalam pertanian hortikultura. Hal serupa juga ditemukan pada penelitian (Coopmans *et al.* 2021) pada petani Eropa, terdapat empat belas faktor yang memengaruhi pembaruan generasi pertanian yang dikelompokkan menjadi empat kategori *spheres of influence* (SOI).

Kategori pertama adalah *Personal SOI* (SOI Pribadi) dengan empat faktor pengaruh. Faktor pertama adalah kepribadian yang mencakup minat, keyakinan, motivasi, emosi, norma, nilai, pendapat, dan identitas diri seseorang. Faktor kedua adalah keterlibatan awal dalam pertanian (Nye 2021) yang berarti terpapar kehidupan pertanian baik dengan tumbuh dewasa atau bekerja sebagai karyawan muda untuk periode yang signifikan di pertanian. Faktor ketiga adalah jalur karier, menangkap pendidikan individu dan pengalaman terkait karier (atau kekurangannya), yang dapat mendorong mereka masuk atau keluar dari pertanian. Faktor keempat dari *personal SOI* yaitu persepsi individu tentang pertanian. Otonomi (menjadi bos bagi diri sendiri dan dapat menggabungkan pekerjaan dan kehidupan keluarga), tinggal dan membesarkan anak-anak di pedesaan, dan hubungan dengan alam, sering disebut sebagai asosiasi positif dengan kehidupan bertani. Pada saat yang sama responden menggambarkan pertanian sebagai profesi yang menuntut, baik secara fisik (misalnya kelelahan, nyeri sendi yang disebabkan oleh beban berlebih) dan mental (misalnya karena masalah keuangan, kurangnya waktu luang).

Kategori kedua adalah *Farm & Family SOI* (SOI Pertanian dan Keluarga) dengan empat faktor. Pertama adalah *human capital* atau sumber daya manusia yang ada di pertanian mencakup kemampuan untuk menghadapi tantangan pribadi, rumah tangga, dan kewirausahaan yang membahayakan pengembangan dan kelangsungan pertanian. Kedua, dinamika interpersonal didefinisikan sebagai hubungan dan interaksi antara orang-orang di pertanian dan pertanian di sekitar jaringan sosial. Peran dinamika interpersonal dalam memengaruhi transfer lahan pertanian antara (mantan) petani dan tetangga dan kontak lain dari masyarakat lokal. Cara anggota pertanian (yang biasanya adalah kerabat, tetapi tidak harus) dan kenalan berkomunikasi dan berkolaborasi satu sama lain tampaknya bergantung pada tingkat budaya terbuka,

pengambilan keputusan bersama, dan komunikasi konstruktif di antara mereka. Pada temuan (Coopmans *et al.* 2021) sebagian besar mengonfirmasi temuan sebelumnya tentang komunikasi dan kerja sama antara petani petahana dan calon penerus, serta relevansi bagi penasihat untuk mengatasi apa yang disebut masalah 'anak petani'. Ketiga, karakteristik pertanian mengacu pada faktor-faktor produksi seperti manajemen, tenaga kerja, modal, dan lahan yang tersedia untuk pertanian. Kombinasi faktor-faktor produksi ini dengan karakteristik umum seperti lokasi dan infrastruktur pertanian terwujud dalam fokus produksi pertanian dan struktur organisasi, yang pada gilirannya menentukan peluang untuk kelanjutan dan memengaruhi daya tarik pertanian terhadap calon penerus. Keempat, dinamika keluarga tani mencakup semua proses yang terjadi setelah pembauran pertanian dan kehidupan keluarga. Di pertanian keluarga, beberapa pembauran praktis biasanya tidak dapat dihindari karena tumpang tindih fisik antara tempat kerja dan tempat tinggal, tetapi pembauran juga bisa berhubungan dengan misalnya keuangan atau material.

Kategori ketiga adalah *Agricultural resources SOI* (SOI sumber daya pertanian). Faktor pertama adalah kondisi pasar tenaga kerja menggambarkan kekuatan yang dapat mendorong orang masuk dan keluar dari sektor pertanian, terutama melalui persaingan dengan profesi lain. Kedua, akses keuangan dan tanah yaitu mengacu pada jumlah dan ketersediaan keuangan dan lahan pertanian, serta sistem untuk memperoleh kredit dan tanah. Ketiga, kerangka kebijakan (Al-Dulaimi dan Al-Mashhadani 2021), selain memengaruhi akses ke kredit, tenaga kerja dan tanah, kebijakan khusus disebut-sebut dapat meningkatkan pembaruan generasi secara langsung.

Kategori terakhir adalah *Societal SOI* (SOI masyarakat) mengandung tiga faktor yang mendefinisikan keterikatan bertani, baik sebagai gaya hidup dan profesi, dalam komunitas lokal dan konteks masyarakat yang lebih luas. Faktor pertama adalah apresiasi masyarakat secara umum terhadap pertanian dianggap rendah, dan petani sering khawatir terhadap liputan media yang negatif tentang pertanian. Hal ini tampaknya memengaruhi kesejahteraan petani. Faktor kedua adalah pergeseran harapan gaya hidup masyarakat pada apa yang dianggap sebagai gaya hidup yang berharga dan menyenangkan menurunkan daya tarik profesi pertanian, terutama di kalangan orang

muda, hal ini serupa dengan temuan (Llorent-Bedmar *et al.* 2021) di Spanyol mengenai perasaan khawatir tentang ketidakberdayaan dan inferioritas terhadap kaum urban. Hal ini tercermin dari keyakinan normatif tentang apa yang menentukan kualitas hidup dan bagaimana hal ini sesuai atau kontras dengan konotasi umum atau pribadi dari gaya hidup bertani seperti ketidakmampuan untuk pergi berlibur, kondisi kerja yang tidak diinginkan dan keseimbangan kehidupan kerja yang tidak seimbang. Faktor terakhir adalah daya tarik daerah pedesaan, karena pertanian sebagian besar terkait dengan tinggal di pedesaan. Daya tarik kehidupan pertanian diamati tergantung pada daya tarik lokasi pertanian, yang ditentukan oleh kedekatan, dan aksesibilitas dan kualitas infrastruktur dan layanan penting seperti pendidikan, serta oleh perasaan yang dirasakan dari kehidupan masyarakat.

Hal ini sejalan dengan hasil temuan (Anwarudin *et al.* 2020) yang menyatakan strategi penguatan transformasi agropreneur muda perlu dirumuskan melalui sistem alur *input, process, output, outcome* dan *impact*. *Input* dalam strategi penguatan transformasi agropreneur muda meliputi karakteristik agropreneur muda, dukungan eksternal dan peranan penyuluh pertanian. Optimalisasi karakteristik individu agropreneur muda meliputi peningkatan pendidikan formal, akses TIK, persepsi dan motivasi generasi muda terhadap pertanian. Optimalisasi dukungan eksternal dapat ditempuh melalui penguatan dukungan pemerintah, dukungan keluarga, dukungan komunitas dan pasar. Peranan penyuluh pertanian sebagai fasilitator, komunikator, motivator dan konsultan diselaraskan dengan menjadikan agropreneur muda sebagai sasaran penyuluhan. Selanjutnya peningkatan kapasitas kewirausahaan agropreneur muda sebagai proses menuju terciptanya usaha pertanian yang tangguh dapat ditempuh melalui peningkatan kemampuan adaptasi, kepemimpinan, kemampuan mengelola usaha dan kemampuan menjalin kerja sama.

Hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan (Nugroho 2021) menunjukkan bahwa dengan terbentuknya organisasi petani milenial “Belik Lesung” di Desa Wagir Kidul merupakan langkah awal dalam regenerasi pertanian. Selain itu, capaian hasil kegiatan masyarakat yang dilakukannya menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pertanian, pemahaman organisasi petani dan rencana kedepan dalam pengembangan pertanian yang jelas. Artinya penelitian (Anwarudin

et al. 2020) dan (Nugroho 2021) menunjukkan bahwa kemampuan kolaborasi dan kerja sama menjadi fondasi yang diperlukan dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha tani terutama pemuda tani dalam mencapai keberdayaan dan keberlanjutan pertanian.

3. Hasil Kajian

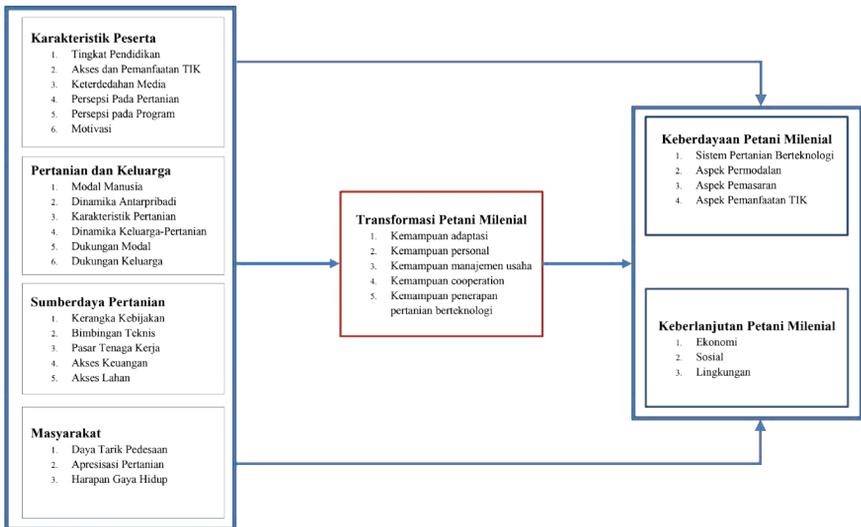
Penelitian-penelitian di atas melihat teknologi telah digunakan sebagai alat usaha tani, komunikasi, pencarian dan pemanfaatan informasi pasar dan menunjukkan hasil yang signifikan, artinya generasi muda mampu beradaptasi dengan teknologi dalam menerapkan usaha tani berbasis teknologi daripada petani lansia. Namun permasalahan pembaruan generasi baik di dunia maupun di Indonesia menyatakan perlu diidentifikasi dan didukung dari beragam faktor individu, sosio-ekonomi, dan kebijakan yang didekati dari hulu hingga hilir, serta pentingnya penerapan praktik pertanian modern berbasis teknologi tepat guna dalam mensiasati keterbatasan lahan, penerapan *Internet of Thing* (IoT) dalam mewujudkan usaha tani yang presisi, dan sistem komunikasi dan informasi hulu ke hilir yang reliabel dan akuntabel, hingga pada akses pasar, di mana teknologi berfungsi sebagai faktor (*enabler*) turunya biaya produksi usaha tani dan tingginya produktivitas baik dari kuantitas maupun kualitas.

Dari beberapa penelitian di atas, terungkap bahwa minat bertani dan masalah pembaruan generasi atau regenerasi petani muda dapat diteliti melalui beragam teori dan metode, di antaranya *Planned Behaviour Theory* (Unay-Gailhard 2022), (Chen 2020) dan (Anwarudin et al. 2020), *Technology Acceptance Model* (Zaremohzzabieh 2016), *Adopsi Inovasi* (Jin et al. 2022), *Teori Komunikasi Identitas* (Widiyanti 2020) dan (Coopmans et al. 2021), *Need Theory* (Widhiningsih 2020), *Human Ecological Perspective* (de Guzman et al. 2020) dan (Anwarudin et al. 2020), *Komunikasi Pendidikan* (Kosenchuk 2021), *Kebijakan Pedesaan* (Prince et al. 2022) dan (Coopmans et al. 2021).

Program Petani Milenial yang digulirkan pemerintah provinsi Jawa Barat pada tahun 2021 merupakan program yang berusaha untuk menjawab permasalahan pembaruan generasi petani muda dari hulu hingga hilir (*on farm* dan *off farm*). Dari perspektif komunikasi pembangunan, *Planned Behaviour Theory* merupakan salah satu teori

utama yang dapat digunakan dalam mengungkapkan motivasi, minat dan karakter peserta program petani milenial. Komunikasi identitas dan *need theory* dapat membantu dalam membangun persepsi peserta (petani muda) terhadap usaha pertanian. Pada sektor teknologi, teori adopsi inovasi dan *Tecnology Acceptance Model* dapat digunakan dalam pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi maupun teknologi usaha tani untuk meningkatkan produktivitas usaha tani.

Dari hasil kajian di atas, beberapa faktor dominan yang memengaruhi transformasi petani terhadap kemampuan adaptasi, kemampuan personal, kemampuan manajemen usaha, kemampuan *cooperation*, kemampuan penerapan pertanian berteknologi dikelompokkan menjadi faktor individu, faktor pertanian dan keluarga, faktor sumberdaya pertanian, dan faktor masyarakat. Keterkaitan antar faktor tersebut dapat dibangun melalui struktur kerangka pemikiran yang tersaji pada Gambar 3 di bawah.



Gambar 3 Kerangka pemikiran model komunikasi regenerasi petani di era digital

4. Penutup

Telah banyak dibuktikan bahwa pertumbuhan ekonomi berhubungan erat dengan modal manusia itu sendiri. Program atau upaya pembaruan generasi petani sebagai bagian dari pengembangan modal manusia baik di Indonesia maupun di dunia, telah menjadi perhatian bukan hanya pada tujuan ketersediaan dan ketahanan pangan untuk jangka panjang, namun juga pada kesejahteraan pelaku usaha tani. Jika pemuda tidak menjadi perhatian dalam upaya pembaruan generasi petani, maka ancaman ketahanan pangan akan semakin mengkhawatirkan.

Studi diatas telah menunjukkan keterkaitan variabel generasi muda dengan variabel lain dalam kesuksesan pembaruan generasi petani di era digital atau revolusi industri 4.0. Empat faktor dominan yang menentukan pembaruan generasi petani adalah faktor individu, faktor pertanian dan keluarga, faktor sumberdaya pertanian, dan faktor masyarakat.

Daftar Pustaka

- Al-Dulaimi HRM, Al-Mashhadani MAALS. 2021. Improving requirements of rural youth access to extension services for develop their capabilities in increasing agricultural production in Baghdad governorate. *Indian J Ecol.* 48 June:261–268.
- Anwarudin O, Sumardjo S, Satria A, Fatchiya A. 2020. Process and Approach to Farmer Regeneration Through Multi-strategy in Indonesia. *J Penelit dan Pengemb Pertan.* 39(2):73. doi:10.21082/jp3.v39n2.2020.p73-85.
- Arvianti EY, Masyhuri, Waluyati LR, Darwanto DH. 2020. Behavior factors affecting the performance and interest of young farmer on the horticulture business in Malang, Indonesia. *Ecol Environ Conserv.* 26(4):1531–1539.
- BPSIndonesia.2022.StatistikIndonesia2022.*StatIndones2020.*1101001:790.<https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>.
- BPS Jawa-Barat. 2018. *HASIL SURVEI PERTANIAN ANTAR SENSUS SUTAS PROVINSI JAWA BARAT 2018 (A1)*. Ed ke-A1.
- Chen CC. 2020. Evoking agriculture entrepreneurship: How younger and older farmers differ [Cited By (since 2020): 1]. *Sustain.* 12(17). doi:10.3390/su12177005.

- Coopmans I, Dessein J, Accatino F, Antonioli F, Bertolozzi-Caredio D, Gavrilescu C, Gradziuk P, Manevska-Tasevska G, Meuwissen M, Peneva M, *et al.* 2021. Understanding farm generational renewal and its influencing factors in Europe. *J Rural Stud.* 86:398-409. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.06.023>.
- Damanik IP., Tahitu ME. 2020. The Communication Behaviour of Farmers and Strategies to Strengthen the Capacity of Information Access in the Era of Industrial Revolution 4.0 in Ambon City. *J Penyul.* 16(1):92-104. doi:[10.25015/16202026365](https://doi.org/10.25015/16202026365).
- Erjavec K. 2021. Changes in use of communication channels by livestock farmers during the covid-19 pandemic [Cited By (since 2021): 1]. *Sustain.* 13(18). doi:[10.3390/su131810064](https://doi.org/10.3390/su131810064).
- Guzman MRT de. 2020. Rural communities as a context for entrepreneurship: Exploring perceptions of youth and business owners [Cited By (since 2020): 5]. *J Rural Stud.* 80:45-52. doi:[10.1016/j.jrurstud.2020.06.036](https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.036).
- de Guzman MRT, Kim S, Taylor S, Padasas I. 2020. Rural communities as a context for entrepreneurship: Exploring perceptions of youth and business owners. *J Rural Stud.* 80:45-52. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.036>.
- Handika, I, D, S dan Sulistiawati As. 2021. PENGGUNAAN DAN PEMANFAATAN INTERNET UNTUK PERTANIAN DAN PERANANNYA TERHADAP TINGKAT The Uses and Utilization of Internet for Agriculture and Their Role of Rate. *J Sains Komun dan Pengemb Masyarakat.* 05(02):233-255.
- Higgins J, Green S. 2008. *Cochrane Handbook for Systematic Reviews of Interventions.* West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Jabar P. 2021. Pembangunan Sumber Daya Manusia Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan Melalui Program Petani Milenial di Daerah Provinsi Jawa Barat. Volume ke-25. Indonesia.
- Jin S, Li W, Cao Y, Jones G, Chen J, Li Z, Chang Q, Yang G, Frewer LJ. 2022. Identifying barriers to sustainable apple production: A stakeholder perspective. *J Environ Manage.* 302:114082. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.114082>.
- Kanjina S. 2021. Farmers' use of social media and its implications for agricultural extension: Evidence from Thailand [Cited By (since 2021): 1]. *Asian J Agric Rural Dev.* 11(4):302-310. doi:[10.18488/JOURNAL.AJARD.2021.114.302.310](https://doi.org/10.18488/JOURNAL.AJARD.2021.114.302.310).
- Kemenkominfo. 2015. *PEMANFAATAN DAN PEMBERDAYAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI PADA PETANI DAN NELAYAN (Survey Rumah Tangga dan Best Practices).*
- Khan N, Ray RL, Zhang S, Osabuohien E, Ihtisham M. 2022. Influence of mobile phone and internet technology on income of rural farmers: Evidence from Khyber Pakhtunkhwa Province, Pakistan. *Technol Soc.* 68:101866. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101866>.

- Kosenchuk O V. 2021. Transformation of education processes and preparation of competencies for the digital economy. *Int J Criminol Sociol.* 10:192–198. doi:10.6000/1929-4409.2021.10.23.
- Llorent-Bedmar V, Cobano-Delgado Palma VC, Navarro-Granados M. 2021. The rural exodus of young people from empty Spain. Socio-educational aspects. *J Rural Stud.* 82:303–314. doi:https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.01.014.
- Masyhur F. 2016. The ICT Literacy Development Model for Farmers and Fishermen Community (Model Pengembangan Literasi TIK Masyarakat Tani dan Nelayan). *J Pekommas.* 1(1):101. doi:10.30818/jpkm.2016.2010110.
- Nugroho IS. 2021. Pendampingan Regenerasi Petani Milenial Melalui Layanan Bimbingan Karir Dengan Format Kelompok Psikoedukasi. *GANESHA J Pengabdian Masy.* 1(02):75–80. doi:10.36728/ganesha.v1i02.1480.
- Nye C. 2021. The farm worker and the ‘drift to the land’. Roots, routes, opportunities and constraints to career pathways in farming. *J Rural Stud.* 83:201–214. doi:https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.11.004.
- Prince N, Maye D, Ilbery B, Kirwan J. 2022. ‘Real’ regulation and property relations on agricultural estates: Reducing opportunities for new entrants to agriculture. *Land use policy.* 114:105976. doi:https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2022.105976.
- Tisdell C. 2009. SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCE CAPITAL. *Soc Econ Policy Dev Work Pap.* 1(2000–05):24. https://ageconsearch.umn.edu/record/100036/?ln=en.
- Unay-Gailhard Í. 2022. Becoming a Young Farmer in the Digital Age—An Island Perspective* [Cited By (since 2022): 2]. *Rural Sociol.* 87(1):144–185. doi:10.1111/ruso.12400.
- Widhiningsih D. 2020. Young farmers’ motivation and participation in horticultural organic farming in Yogyakarta, Indonesia [Cited By (since 2020): 4]. *Int J Soc Ecol Sustain Dev.* 11(1):45–58. doi:10.4018/IJSESD.2020010104.
- Widiyanti E. 2020. Identity gaps and negotiations among layers of young farmers: Case study in Indonesia [Cited By (since 2020): 1]. *Open Agric.* 5(1):361–374. doi:10.1515/opag-2020-0041.
- Zagata L, Sutherland L-A. 2015. Deconstructing the ‘young farmer problem in Europe’: Towards a research agenda. *J Rural Stud.* 38:39–51. doi:10.1016/j.jrurstud.2015.01.003.
- Zaremohzzabieh Z. 2016. An investigation into factors influencing rural youth entrepreneurs’ intentions to use ICT: A case of Malaysia [Cited By (since 2016): 7]. *Int J Entrep Small Bus.* 27(4):480–504. doi:10.1504/IJESB.2016.075010.
- Howe, N. & Strauss, W. 1991. Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069. William Morrow Paperbacks: New York City.

- Kartiningrum, E. (2015). *Panduan Penyusunan Studi Literatur*. Mojokerto: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik. Kesehatan Majapahit.
- Kompas. 2021. Sudah Ada 8.998 Orang Daftar Petani Milenial, Bagaimana Proses Seleksinya? Diakses 29 November 2021. <https://regional.kompas.com/read/2021/11/04/16272781/sudah-ada-8998-orang-daftar-petani-milenial-bagaimana-proses-seleksinya?page=all>
- Servaes, J. (2011). *Social Change*. Oxford Bibliographies Online (OBO), Oxford University Press, New York. <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0063.xml>
- Servaes, Jan. 2017. *Communication, Culture and Change in Asia*. Springer. DOI 10.1007/978-981-10-2815-1
- Servaes, J. (2020). *Handbook of Communication for Development and Social Change*. Springer.

Peran Petani Milenial dalam Membangun Agrosociopreneur

Siti Syamsiah

Ikhtisar

Petani sebagai pelaku utama sektor pertanian masih mengalami situasi yang memprihatinkan. Petani di perdesaaan mengalami keterbatasan antara lain keterbatasan akses informasi baik itu pasar maupun teknologi, keterbatasan akses terhadap permodalan sehingga memengaruhi proses pengambilan keputusan dan penentuan komoditas yang akan diusahakan dan teknologi yang akan digunakan oleh petani. Keterbatasan tersebut akan berdampak terhadap daya saing petani. Indonesia pada tahun 2020 memperoleh masa bonus demografi, hal ini dikarenakan jumlah penduduk pada usia produktif sebanyak 70,72%. Jumlah penduduk kategori generasi milenial sebanyak 25,87% (BPS, 2021). Bonus demografi ini menjadi salah satu modal pembangunan jika dimanfaatkan secara optimal akan mempercepat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tantangan terbesar yang harus dihadapi adalah merubah cara pandang generasi milenial terhadap dunia pertanian sehingga generasi milenial mau dan terjun di sektor pertanian

Upaya yang dilakukan pemerintah untuk menjembatani keterbatasan petani tersebut, mendorong petani milenial dengan kapasitas yang dimilikinya untuk berperan dalam membangun *agrosociopreneur*. Tujuan kajian ini adalah menganalisis karakteristik petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*, serta menganalisis peran petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*. Kajian ini didasarkan pada telaah pustaka yang bersumber dari jurnal, disertasi, buku serta sumber lainnya yang berkaitan dengan dengan peran petani milenial dalam bidang pertanian.

Hasil kajian menunjukkan bahwa karakteristik petani milenial dapat dilihat dari usia, latar belakang pendidikan, lamanya berusaha tani serta motivasi. Hal ini menjadi faktor penciri individu yang dimiliki oleh petani milenial dalam upaya membangun *agrosociopreneur* di daerahnya masing-masing. Faktor-faktor yang dominan lainnya yang memengaruhi petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur* adalah karakteristik, dukungan

eksternal, kemampuan pemanfaatan informasi dan teknologi serta jiwa kewirausahaan sosial petani. Hal ini akan memperkuat kapasitas petani ketika melakukan perannya di masyarakat. Peran petani milenial sebagai fasilitator, pendamping petani, dan motivator sangat mendukung dalam membangun *agrosociopreneur*.

Kata kunci: Peran Petani Milenial, Kapasitas Petani, *Agrosociopreneur*

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Data Sensus Pertanian tahun 2013 memperlihatkan bahwa jumlah rumah tangga petani turun dari 79,5 juta menjadi 63,6 juta atau turun 15,6 juta. Menurut Haryanto *et al.* (2021) Masyarakat menilai pertanian identik dengan kemiskinan sehingga sebagian besar generasi muda enggan melirik sektor pertanian sebagai mata pencaharian. Imbasnya adalah petani milenial sebagai individu yang telah berusaha di sektor pertanian dianggap sebagai individu yang kurang memberikan peranan dalam pembangunan pertanian.

BPS menunjukkan tahun 2021, jumlah penduduk miskin Indonesia pada September 2021 sebesar 26,50 juta orang atau 9,71%. Hasil sensus penduduk tahun 2020, jumlah penduduk Indonesia tahun 2020 sebanyak 270,20 juta jiwa. Indonesia pada tahun 2020 memperoleh masa bonus demografi, hal ini dikarenakan jumlah penduduk pada usia produktif (15-64 tahun) sebanyak 70,72 persen. Jumlah penduduk kategori generasi milenial sebanyak 25,87% (BPS 2021). Bonus demografi ini menjadi salah satu modal pembangunan jika dimanfaatkan secara optimal akan mempercepat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Seiring dengan pertumbuhan penduduk, maka kebutuhan pangan masyarakat akan meningkat, karena penambahan penduduk terkait langsung dengan meningkatnya kebutuhan pangan masyarakat. Pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat tentu saja memerlukan dukungan dari sumber daya manusia sebagai salah satu faktor produksi yang sangat penting di semua sektor. Ini menjadi peluang lapangan pekerjaan dan pengembangan sumber daya manusia yang sangat besar di sektor pertanian.

BPPSDMP (2020) menyatakan Pertanian pada tahun 2020-2024 diarahkan untuk mewujudkan pertanian yang maju, mandiri dan modern. Berkaitan dengan itu, ditetapkan beberapa target utama pembangunan pertanian, salah satunya yaitu penumbuhan pengusaha milenial sebanyak 2,5 juta orang hingga tahun 2024. Kementerian PPPA dan BPS 2018 dalam Yunandar *et al.* (2020) menyatakan bahwa Petani milenial menurut Peraturan Menteri Pertanian Nomor 04 dan Nomor 09 tahun 2019 tentang Pedoman Gerakan Pembangunan Sumber Daya Manusia Pertanian Menuju Lumbung Pangan Dunia 2045, adalah petani berusia 19–39 tahun, dan/atau petani yang adaptif terhadap teknologi digital. Berdasarkan batasan tersebut, maka petani pemuda atau generasi muda pertanian merupakan petani atau pemuda yang lahir pada kisaran tahun 1980–2000. Sehingga regenerasi petani penting dilakukan mengingat usia petani yang semakin tua. Regenerasi petani telah menjadi isu penting di Eropa karena sebagian petani telah berusia lanjut (Zagata and Sutherland 2015; Leonard *et al.* 2017).

Tantangan terbesar yang harus dihadapi dalam regenerasi petani adalah merubah cara pandang generasi milenial terhadap dunia pertanian sehingga generasi milenial mau dan terjun di sektor pertanian. Pendekatan dan strategi proses regenerasi petani dapat melalui pendekatan dan strategi penguatan peranan keluarga, penyuluhan pertanian, komunitas, modernisasi pertanian, dan pengembangan kelembagaan berbasis korporasi petani (Anwarudin *et al.* 2020). Perkembangan teknologi yang pesat tentunya membuat hal menarik baik generasi milenial untuk bisa bersaing di sektor pertanian, menjadi petani milenial yang maju, mandiri, modern dan berdaya saing.

Kemampuan yang dimiliki oleh petani milenial menunjukkan bahwa petani milenial mempunyai daya saing yang baik. Sejalan dengan Mathis (2003) mengemukakan bahwa keunggulan SDM dibanding faktor produksi lainnya dalam strategi bersaing suatu perusahaan antara lain meliputi: kemampuan inovasi dan *entrepreneurship*, kualitas yang unik, keahlian yang khusus, pelayanan yang berbeda dan kemampuan produktivitas yang dapat dikembangkan sesuai kebutuhan.

Petani milenial memiliki inovasi dan juga gagasan yang lebih kreatif. Sehingga akan lebih mudah mendapatkan, menyerap, dan mengadopsi informasi yang dibutuhkan. Kemampuan inovatif dan mempunyai gagasan-gagasan yang kreatif, memungkinkan untuk membangun

jejaring informasi. Terlebih di era revolusi industri, di mana penggunaan mesin-mesin otomatis yang sudah terintegrasi dengan jaringan internet. Haryanto *et al.* (2021) dampak dari karakter petani milenial ini adalah diharapkan adanya resonansi dan penumbuhan *agropreneur-agropreneur* baru.

1.2 Permasalahan

Petani milenial mempunyai posisi yang potensial untuk menjalankan perannya sebagai jembatan bagi petani yang mengalami keterbatasan-keterbatasan dalam menjalankan usaha taninya. Keterbatasan yang dialami petani antara lain keterbatasan akan akses informasi baik itu pasar maupun teknologi, keterbatasan akses terhadap permodalan sehingga memengaruhi proses pengambilan keputusan dan penentuan komoditas yang akan diusahakan dan teknologi yang akan digunakan oleh petani. Keterbatasan tersebut akan berdampak terhadap daya saing petani. Sumardjo (1999) Perilaku daya saing sangat dipengaruhi terutama oleh aksesibilitas petani terhadap aspek pemasaran produk (informasi pasar mengenai kebutuhan: kualitas dan kuantitas produk pertanian).

Upaya yang harus dilakukan untuk mengatasi keterbatasan petani tersebut, salah satunya melalui petani milenial yang mampu beradaptasi dengan teknologi dan menjangkau jejaring informasi. Petani milenial mempunyai kemampuan dalam memanfaatkan teknologi dan jejaring informasi, sehingga dapat memberikan informasi yang tepat. Ofori *et al.* (2020) Petani milenium lebih cenderung mengadopsi kedua jenis teknologi lebih cepat dibandingkan dengan *baby boomer*.

Keterlibatan petani milenial dalam mendukung, mengembangkan serta memajukan sektor pertanian menjadi tantangan besar bagi berbagai pihak. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah petani per 2019 mencapai 33,4 juta orang. Jumlah petani muda yang berusia 20–39 tahun hanya 8% atau setara dengan 2,7 juta orang. Sehingga diperlukan upaya khusus untuk menumbuhkan dan memberikan motivasi kepada generasi milenial pertanian untuk memberikan kontribusi nyata dalam pembangunan pertanian. Sehingga menjadi representasi tidak hanya dalam tumbuh kembang *agroentrepreneur* namun menjadi *agrosociopreneur*. Pelibatan pemuda dalam pengembangan wirausaha pertanian dapat memastikan keberlangsungan regenerasi sumber daya manusia pertanian (Yunandar *et al.* 2019a).

Agrosociopreneur merupakan alternatif solusi dalam regenerasi petani pertanian. *Agrosociopreneur* adalah berwirausaha di bidang pertanian yang mengedepankan aspek sosial di masyarakat, artinya tidak hanya mengejar keuntungan namun juga peduli terhadap lingkungan sekitar terutama petani kecil. Membangun *agrosociopreneur* diharapkan dapat mengatasi permasalahan sosial dan ekonomi yaitu kemiskinan dan pengangguran.

Penelitian tentang peran petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur* merupakan sesuatu hal yang sangat penting dilakukan, dimana peran petani milenial akan memberikan dampak yang besar bagi pemerintah di dalam melaksanakan program upaya regenerasi petani. Sehingga keputusan atau strategi kebijakan yang dibuat oleh pemerintah serta para pihak yang terkait akan sesuai dan tidak bertolak belakang dengan harapan petani. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian terhadap peran petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka permasalahan yang akan diteliti sehubungan dengan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur* saat ini?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang memengaruhi petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*?
3. Bagaimana petani milenial dapat berperan dalam membangun *agrosociopreneur*?

1.3 Tujuan

Tujuan kajian ini adalah:

1. Menganalisis karakteristik petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*.
2. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*.
3. Menganalisis peran petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*.

1.4 Novelty

Berdasarkan hasil penelusuran penelitian terdahulu, kajian ini berpotensi memiliki beberapa kebaruan kajian, sebagai berikut:

1. Kapasitas petani milenial dalam menumbuhkan *agrosociopreneur* yang disesuaikan dengan kekhasan daerah masing-masing.
2. Peran petani milenial dalam penelitian difokuskan untuk membangun *agrosociopreneur*. Sehingga posisinya sebagai penggerak utama dalam penumbuhan *agrosociopreneur*.
3. Alternatif solusi atas penurunan jumlah petani melalui penguatan peran petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Petani Milenial

Petani milenial dapat dikategorikan sebagai generasi milenial atau pemuda yang berusaha di bidang pertanian. Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 Pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun. Namun demikian, menurut Kementerian Pertanian mendefinisikan petani milenial sebagai 19–39 tahun atau petani yang tidak berada dalam *range* umur tersebut tetapi berjiwa milenial, tanggap teknologi digital, dan tanggap alsintan (Permentan Nomor 4 tahun 2019).

UNESCO dan International Youth Year tahun 1985, mendefinisikan penduduk berusia 15–24 tahun sebagai kelompok pemuda. Indonesia, batasan kaum pemuda disebutkan oleh *Indonesian Youth Employment Network* (IYEN) adalah mereka yang berada dalam kelompok usia 15–29 tahun (*International Labour Organization* 2007).

Petani milenial merupakan salah satu target utama dan penting dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang pertanian. Selanjutnya, tujuan utama yang ingin dicapai adalah untuk menumbuhkembangkan kewirausahaan muda pertanian di Indonesia.

2.2 Karakteristik Petani Milenial

Kesuksesan petani dalam berusahatani salah satunya dipengaruhi oleh karakteristik dan kompetensi petani. Hal ini dapat dilihat dari kinerja petani dan manajerial usahatani. Karakteristik merupakan penciri dari individu yang tercermin dari faktor-faktor yang mendukungnya. Menurut Manyamsari dan Mujiburrahmad (2014) menyatakan bahwa karakteristik yang berhubungan secara signifikan dengan kompetensi petani lahan sempit adalah pendidikan formal, luas lahan dan pemanfaatan media informasi. Hasil penelitian Kusumo dan Mukti (2019) menyatakan Karakteristik petani muda meliputi: umur, tingkat pendidikan, pengalaman usahatani, luas dan status penguasaan lahan.

Selanjutnya, Arvianti dan Abin (2018) karakteristik petani muda yang paling banyak dimiliki adalah bersemangat mengembangkan agribisnis, memiliki karakteristik berusahatani sendiri, dan memiliki karakteristik bertani sebagai pekerjaan utama. Karakteristik sosial meliputi umur, lama pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga, sedangkan karakteristik ekonomi meliputi luas lahan, penggunaan tenaga kerja dan penggunaan modal sebagai input produksi

Seperti dikemukakan oleh Effendy dan Haryanto (2020) karakteristik individu meliputi usia, tingkat pendidikan, pengalaman organisasi. Menurut Anwarudin *et al.* (2020) karakteristik petani muda tercermin melalui pendidikan formal, akses TIK, persepsi dan motivasi. Sehingga pada kajian ini karakteristik petani milenial dapat didefinisikan sebagai ciri individu petani milenial yang meliputi usia, pendidikan, lama usaha serta motivasi.

2.3 Pemanfaatan jejaring informasi

Petani milenial memiliki kompetensi dan kapasitas yang baik dalam pemanfaatan teknologi dan informasi yang dibutuhkan. Menurut Yunandar *et al.* (2020) penting untuk mendorong dan memperkuat sikap positif dan pengalaman petani milenial dalam memanfaatkan media sosial, untuk mendukung keberhasilan wirausaha pertanian.

Faktor-faktor yang memengaruhi petani milenial dalam pemanfaatan jejaring informasi dan adopsi sebagai berikut: motivasi, persepsi, pengambilan keputusan, saluran atau media yang digunakan serta dukungan dari pemerintah. Sejalan dengan hasil penelitian Mwangi *et al.* (2015) Persepsi petani terhadap teknologi baru merupakan prasyarat utama untuk terjadinya adopsi. Faktor lain yang telah terbukti menentukan adopsi teknologi pertanian termasuk faktor spesifik manusia, faktor ekonomi, teknologi, dan faktor kelembagaan. Widiyanti *et al.* (2021) petani generasi milenial lebih cenderung mencari materi tentang akses teknologi dan kemitraan pemasaran dari komunitas yang beragam.

2.4 Faktor Eksternal

Pemerintah sebagai pemegang kebijakan mendukung petani milenial meningkatkan kapasitasnya dalam membangun *agrosociopreneur*, baik melalui penyediaan sarana dan prasarana serta program pendidikan dan pelatihan. Sejalan dengan hasil penelitian Sondakh *et al.* (2020) pemerintah harus menyiapkan prasarana dan pelatihan bagi petani milenial dengan materi dan metode yang sesuai.

Hasil penelitian Anwarudin *et al.* (2020) mengemukakan bahwa kegiatan agribisnis petani muda juga dapat ditingkatkan dengan memperkuat dukungan eksternal meliputi dukungan pemerintah, keluarga, komunitas dan pasar. Rachmawati *et al.* (2020) mengemukakan dukungan pemerintah yang diperlukan meliputi aspek budi daya pertanian, pelatihan prosedur ekspor dan survei pasar ekspor melalui internet, regulasi yang kondusif, dan kemudahan akses dengan institusi penyedia jasa keuangan.

Dukungan keluarga dan pengaruh keluarga juga dapat memberikan pengaruh untuk memutuskan pengembangan usaha pertanian kedepannya (Hansson *et al.* 2013; Pechrová *et al.* 2018). Selain dari keluarga dukungan kelompok juga sudah baik karena petani mendapatkan motivasi, teman berdiskusi, bantuan, dan kekerabatan yang erat (Arvianti *et al.* 2019).

2.5 Kewirausahaan sosial Petani

Kewirausahaan sosial sebagai proses penciptaan nilai sosial di mana sumber daya digabungkan dengan cara baru untuk memenuhi kebutuhan sosial, merangsang perubahan sosial, atau membuat organisasi baru (Mair & Marti, 2006). Definisi ini mengintegrasikan baik sifat sosial usaha, fokus kewirausahaan pada penciptaan nilai baru, dan keragaman sektor tempat kewirausahaan sosial telah dipelajari. Kegiatan berwirausaha berbasis bisnis dengan misi utama menciptakan *social impact*, yang meningkatkan harkat dan taraf hidup masyarakat kelas bawah. Misi *sociopreneur* adalah memandirikan masyarakat kelas bawah sehingga diperlukan strategi untuk meningkatkan kemandirian petani milenial terutama aspek kualitas dan daya saing (Setiawan *et al.* 2015).

Keterlibatan petani milenial dalam membangun kewirausahaan sosial di bidang pertanian ditunjukkan dengan adanya niat, motivasi dan minat petani milenial terhadap usaha di sektor pertanian, empati, kewajiban moral dan dukungan sosial, lingkungan masyarakat serta dukungan pemerintah (Filho *et al.* 2020; Widayanti *et al.* 2021; Maryani *et al.* 2021) sedangkan gender dan pandangan terhadap pertanian berpengaruh negatif (Widayanti *et al.* 2021). Sehingga seorang *social entrepreneurship* harus mempunyai kompetensi sosial yang digunakan untuk memecahkan masalah sosial (Orhei *et al.* 2015).

2.6 Kapasitas Petani Milenial

Karakter yang terbentuk menjadi ciri/modal bagi petani milenial untuk meningkatkan kapasitasnya dan kapasitas tersebut dapat ditingkatkan melalui pendidikan, pelatihan dan penyuluhan. Sejalan dengan yang dikemukakan Effendy dan Rusmono (2021) menegaskan bahwa strategi peningkatan kapasitas petani terhadap karakteristik petani milenial cabai komunitas tani mungkin dilakukan dengan melakukan penyuluhan kepada petani sesuai dengan indikator kapasitas.

Selanjutnya, Anwarudin *et al.* (2020) menyatakan penguatan kegiatan agribisnis petani muda dapat dilakukan melalui kapasitas kewirausahaannya dengan meningkatkan kemampuan adaptasi, kepemimpinan, kemampuan mengelola usaha, kerja sama dan peranan penyuluh pertanian sebagai fasilitator, komunikator, motivator dan konsultan.

2.7 Peran Petani Milenial

Peran merupakan perangkat harapan-harapan yang dikenakan pada individu atau kelompok yang menempati kedudukan sosial tertentu (Berry 1995). Selanjutnya, Scott (2014) mengungkapkan bahwa peran merupakan konsepsi tujuan yang sesuai dan kegiatan untuk individu tertentu atau posisi sosial tertentu. Peran merupakan suatu keyakinan bukan sekadar antisipasi atau prediksi. Peran dapat dibangun secara formal misalnya di sebuah organisasi nasional, posisi tertentu didefinisikan untuk melaksanakan yang ditentukan hak dan tanggung jawabnya. Menurut Jatnika (2016) keberhasilan menjalankan perannya sebagai fasilitator, petani melakukan pertukaran sosial yang secara sekuensial dimulai pertukaran timbal balik di antara petani fasilitator dan pemerintah dilanjutkan pertukaran negosiasi di antara petani fasilitator dan kliennya (pihak penyandang dana dan pembelajar).

Seperti dikemukakan oleh Haryanto (2018) peran tokoh petani maju sebagai penyuluh swadaya ternyata juga berpengaruh positif dalam meningkatkan keefektifan penyuluhan ke petani. Tokoh petani maju mampu memfasilitasi dan menjembatani kebutuhan petani dengan informasi dari lembaga penelitian dan penyuluhan pemerintah sehingga petani menjadi lebih baik dalam berusaha tani.

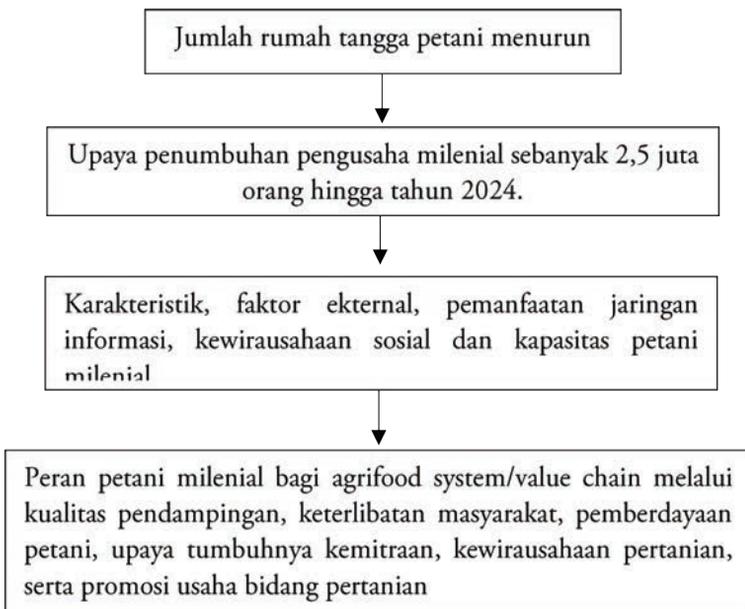
2.8 Kerangka Pemikiran

Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya bahwa jumlah rumah tangga petani menurun. Di sisi lain Indonesia masih berada pada masa demografi, yang artinya penduduk usia produktif mendominasi jumlah penduduk saat ini. Data menunjukkan bahwa dari tahun 2013, jumlah petani menyusut 500 ribu orang per tahun. Sehingga dalam lima tahun, terjadi penyusutan sekitar 2,5 juta petani. Secara umum, Kementerian Pertanian berupaya untuk meningkatkan produktivitas pertanian melalui dua bagian penting, yaitu: Produktivitas lahan (*land productivity*) dan Produktivitas tenaga kerja (*labour productivity*).

Petani milenial merupakan tenaga kerja produktif yang tentunya dapat berperan dalam *agrifood systems* dan *value chain*. Peran petani milenial sangat ditentukan oleh faktor karakteristik, faktor eksternal, pemanfaatan jaringan informasi, kewirausahaan sosial dan kapasitas petani milenial. Karakteristik merupakan ciri individu yang dimiliki

secara khusus. Faktor eksternal berupa dukungan dari pemerintah, keluarga dan komunitas. Kapasitas adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang petani milenial agar berhasil dalam melakukan usahanya.

Peran petani milenial ikut berfungsi sebagai agen pembaharu bagi pembangunan pertanian dan regenerasi petani sehingga menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan pencapaian pengembangan *agrosociopreneur*. Petani milenial dapat berperan sebagai fasilitator, pendamping petani, menjembatani akses mitra kerjasama, menumbuhkembangkan *agrosociopreneur* melalui pemberian motivasi kepada masyarakat, lingkungan serta komunitasnya. Selain itu, dengan kapasitas yang dimiliki petani milenial dapat meningkatkan kualitas pendampingan, keterlibatan masyarakat, pemberdayaan petani, upaya tumbuhnya kemitraan, kewirausahaan, serta promosi usaha bidang pertanian. Pengembangan konsep/teori peran petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur* melalui pemanfaatan jejaring informasi dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Pengembangan konsep/teori peran petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur* melalui pemanfaatan jejaring informasi

Berdasarkan hasil sintesis Pustaka ditemukan beberapa peubah yang terkait dengan peran petani milenial dalam menumbuhkan *agrosociopreneur*. Kerangka pikir kuantitatif difokuskan dengan variabel-variabel yang mewakili. Variabel dalam kajian ini sebagai berikut (a) variabel *independent* terdiri atas karakteristik petani milenial, faktor eksternal, pemanfaatan informasi dan teknologi dan kewirausahaan sosial petani. (b) variabel *dependent* yang terdiri dari kapasitas petani milenial dan peran petani milenial. Setiap variabel mempunyai keterkaitan dan hubungan dengan variabel lainnya.

Karakteristik individu petani milenial meliputi umur, pendidikan, pengalaman berusahatani dan motivasi dari petani milenial itu sendiri (Haryanto *et al.* 2021, Effendy dan Rusmono 2021). Faktor eksternal berupa dukungan pemerintah, dukungan keluarga, dukungan komunitas (Anwarudin *et al.* 2020)

Selain petani milenial memiliki kemampuan memanfaatkan jejaring informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi dengan mengakses TIK, akses sumber informasi dan intensitas pemanfaatan informasi (Lakitan, 2019; Yunandar *et al.* 2020; Ofori *et al.* 2020). Kapasitas petani milenial ditentukan oleh kemampuan adaptasi, kemampuan manajemen usaha dan kemampuan pemasaran (Anwarudin *et al.* 2020; Effendy dan Rusmono, 2021). Peran petani milenial sebagai fasilitator, pendamping petani, dan motivator (Jatnika, 2016; Haryanto, 2018; Anggadwita *et al.* 2020; Sumarti dan Falatehan, 2016).

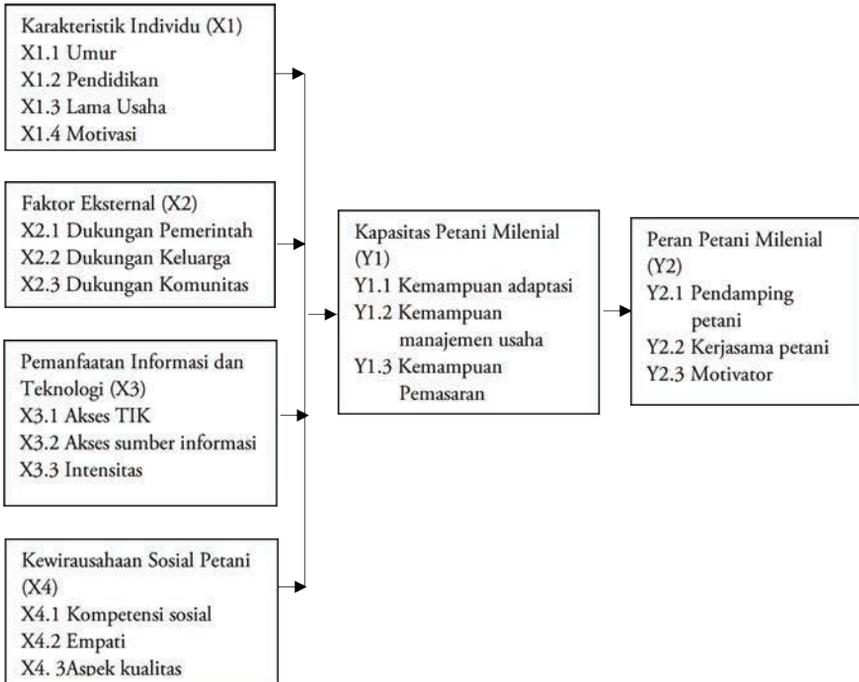
Berdasarkan pemikiran-pemikiran yang diuraikan tersebut, maka peubah pada kajian ini terdiri atas peubah bebas dan peubah terikat. Kerangka berpikir operasional atau hubungan antara berbagai peubah kajian peran petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur* seperti terlihat pada Gambar 2.

2.9 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir yang telah diuraikan, hipotesis kajian dirumuskan sebagai berikut:

1. Karakteristik individu, faktor eksternal, pemanfaatan informasi dan teknologi, serta kewirausahaan sosial petani berpengaruh nyata positif terhadap kapasitas petani milenial.

2. Karakteristik individu, faktor eksternal, pemanfaatan informasi dan teknologi, kewirausahaan sosial petani dan kapasitas petani milenial berpengaruh nyata positif terhadap peran petani milenial.



Gambar 2 Kerangka dasar hubungan antar peubah penelitian peran petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*

3. Metode Kajian

Kajian ini didasarkan pada telaah pustaka yang bersumber dari jurnal, disertasi, buku serta sumber lainnya yang berkaitan dengan dengan peran petani milenial dalam bidang pertanian. Kajian ini dimulai dengan mengumpulkan hasil-hasil penelitian dan menghubungkan gagasan dan konsep-konsep yang ditemukan dalam penelitian-penelitian tersebut. Menurut Zed (2014), pada riset pustaka (*library research*), penelusuran pustaka tidak hanya untuk langkah awal menyiapkan kerangka penelitian (*research design*) akan tetapi sekaligus memanfaatkan sumber-sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitian.

4. Hasil Kajian

4.1 Karakteristik Petani Milenial

Petani milenial mempunyai karakter dengan ciri sesuai dengan usianya. Berdasarkan hasil kajian menyatakan bahwa karakteristik petani milenial meliputi usia, tingkat pendidikan, lama usaha dan motivasi. Ciri tersebut dapat ditunjukkan melalui kompetensi-kompetensi yang dimiliki petani milenial. tingkat pendidikan yang tinggi, pengalaman usahatani, kemampuan merencanakan dan mengontrol usaha, serta keterlibatan dalam pengembangan masyarakat.

Hal ini sejalan dengan Haryanto *et al.* (2021) karakter petani milenial memiliki ciri individu umumnya dengan tingkat pendidikan yang relatif tinggi dan memiliki pengalaman berusaha tani yang cukup baik. Sehingga dengan karakteristik pencari tersebut, para petani milenial ini merupakan generasi petani yang prospektif dalam membangun *agrosociopreneur*. Hasil penelitian Kurniati dan Vaulina (2020) menyatakan Karakteristik sosial meliputi umur, lama pendidikan, pengalaman berusaha tani dan jumlah tanggungan keluarga, sedangkan karakteristik ekonomi meliputi luas lahan, penggunaan tenaga kerja dan penggunaan modal sebagai input produksi. Karakteristik petani milenial ditentukan juga oleh motivasi yang beragam. Sejalan dengan hasil penelitian Taopik *et al.* (2018) petani muda memiliki tingkat motivasi bekerja sebagai pelaku pertanian bervariasi yaitu rendah, sedang dan tinggi dengan komposisi yang hampir seimbang.

Potensi lain yang dimiliki oleh petani milenial adalah kemampuan untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan pemanfaatan jejaring informasi. Hal ini sangat relevan dengan peran yang dijalankan untuk mengembangkan dan memperluas usahatannya. Berdasarkan hasil kajian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi petani milenial dalam pemanfaatan jejaring informasi meliputi: akses terhadap teknologi informasi dan komunikasi, akses sumber informasi media yang digunakan serta dukungan dari pemerintah. Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) semakin pesat. Adopsi terhadap perkembangan TIK tersebut seharusnya bisa diimplemetasikan secara nyata di sektor pertanian. Pemanfaatan atau adopsi TIK disesuaikan dengan kebutuhan petani dan dipengaruhi oleh

keadaan daerah masing-masing. Petani milenial memiliki kompetensi dan kapasitas yang baik dalam pemanfaatan teknologi dan informasi yang dibutuhkan.

Pemanfaatan jejaring informasi dan teknologi baru digunakan petani milenial untuk adopsi terhadap teknologi, menjalin kemitraan serta memperluas jejaring pemasaran. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Mwangi *et al.* (2015) persepsi petani terhadap teknologi baru merupakan prasyarat utama untuk terjadinya adopsi. Faktor lain yang telah terbukti menentukan adopsi teknologi pertanian termasuk faktor spesifik manusia, faktor ekonomi, teknologi dan faktor kelembagaan. Widiyanti *et al.* (2021) petani generasi milenial lebih cenderung mencari materi tentang akses teknologi dan kemitraan pemasaran dari komunitas yang beragam.

4.2 Faktor-faktor yang memengaruhi petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur*

Wirausahawan sosial berbeda dengan wirausaha bisnis karena wirausahawan sosial selain mendapatkan keuntungan, tujuan lain yang ingin dicapai adalah mengajak dan mengubah masyarakat dan lingkungannya menjadi lebih baik dan sejahtera. *Agrosociopreneur* merupakan salah satu solusi dalam regenerasi pertanian. Wirausahawan sosial menargetkan pasar yang kurang terlayani/kurang tergarap dengan baik, melakukan perubahan transformatif skala besar, melakukan proses yang etis untuk mencapai perubahan itu, melihat kesetimbangan yang stabil tetapi tidak adil (tidak hanya yang kurang optimal) dan mampu mengambil kesempatan untuk mencapai keseimbangan baru. Berdasarkan hasil kajian menunjukkan bahwa karakteristik petani milenial, faktor eksternal *agrosociopreneur* dipengaruhi oleh kompetensi sosial, empati dan aspek kualitas. Hal ini dikarenakan potensi dan banyaknya wirausaha sosial di berbagai sektor, kewirausahaan sosial menjadi salah satu aspek penting dalam membangun sektor ekonomi. Upaya untuk menumbuhkan kewirausahaan sosial di bidang pertanian (*agrosociopreneur*) penting dilakukan, sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan petani.

Hal ini perlu dukungan pemerintah dan semangat petani milenial salah satunya yaitu memperluas pasar melalui ekspor produk pertanian. Sejalan dengan hasil penelitian Rachmawati *et al.* (2020) menegaskan dalam penelitiannya dukungan pemerintah merupakan hal penting untuk menjaga semangat generasi milenial terus berkiprah hingga cita-cita Kementerian Pertanian untuk meningkatkan ekspor pertanian tiga kali lipat bisa terealisasi.

Kompetensi sosial merupakan kemampuan mengelola hubungan dengan masyarakat dan lingkungan dengan keterampilan dan kapasitas dalam menyelesaikan masalah yang terjadi di masyarakat. Empati merupakan hal mendasarkan bagi pelaku wirausaha sosial. Hal ini diperlukan dalam kondisi pilihan untuk mendahulukan keinginan antara menghasilkan keuntungan sebanyak-banyaknya atau seberapa luas dampak sosial yang ingin dicapai. Keberhasilan *sociopreneur* dalam menjalankan bisnisnya tidak dapat dipisahkan dari karakter sosial yang dimiliki *sociopreneur*, yang meliputi nilai-nilai sosial, masyarakat, inovasi, kegiatan ekonomi, dan dampak sosial (Abazi *et al.* 2016; Anggadwita *et al.* 2020).

4.3 Peran Petani milenial membangun *agrosociopreneur*

Sebagaimana hasil kajian dapat dinyatakan bahwa peran petani milenial ditentukan oleh karakteristik, faktor eksternal, pemanfaatan jejaring informasi dan kapasitas petani milenial. Selanjutnya kesuksesan petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur* dapat dilihat dari perannya sebagai fasilitator, pendamping petani, kerjasama petani dan bagaimana cara petani milenial tersebut berperan sebagai motivator.

Dukungan eksternal tentu saja sangat dibutuhkan oleh petani milenial dalam menjalankan perannya untuk membangun *agrosociopreneur*. Dukungan eksternal dapat diperoleh dari pemerintah, keluarga dan komunitas. Dukungan pemerintah dapat dirasakan seperti adanya pendampingan wirausaha, bantuan modal dan alat. Kegiatan seperti pelatihan kewirausahaan dan teknis serta magang menurut Yu (2013) sangat baik untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan.

Berwirausaha di bidang pertanian bagi petani milenial tentu saja memerlukan dukungan dari keluarga. Petani milenial dapat belajar langsung dari orang tuanya, bahkan bisa juga bekerja pada lahan orang tuanya dan mendapat hibah atau warisan sarana prasarana dari orang

tuanya yang juga petani. Hal tersebut telah mencerminkan regenerasi keluarga petani yang berarti pengelolaan usaha pertanian diwariskan dari orang tua kepada anaknya sebagaimana Joosse and Grubbstrom (2017) mengemukakan orang tua seharusnya memiliki peranan dalam melakukan transformasi generasi muda menjadi penerus petani meliputi sosialisasi dan pewarisan usaha pertanian.

Dukungan eksternal lainnya yang diperlukan oleh petani milenial adalah komunitas. Melalui komunitas ini petani milenial seperti memiliki teman sepejuangan yang sama-sama sedang berusaha. Petani milenial dapat bertukar informasi antara sesama teman. Petani milenial merasakan bahwa komunitas memberi bekal pengetahuan, keterampilan, motivasi dan informasi seperti varietas, lahan, teknis budi daya, pengendalian hama dan penyakit, pascapanen dan pemasaran.

Kapasitas yang dimiliki petani milenial menjadikan petani milenial sebagai fasilitator bagi petani disekitarnya dan masyarakat lainnya. Fungsi inilah yang akan mengurangi/kebatasan yang dialami petani dan masyarakat. Petani milenial juga melakukan perannya sebagai pendamping petani dalam hal adopsi terhadap inovasi informasi dan teknologi. Peran ini dapat diimplementasikan melalui kegiatan agribisnis yang menyeluruh (dari hulu ke hilir) disesuaikan dengan kebutuhan petani.

Selain itu, peran petani milenial dapat digunakan untuk memperluas kerjasama. Kerjasama menjadi salah satu yang dapat meningkatkan interaksi antar petani, sehingga dengan interaksi yang lebih intensif dan digerakkan oleh petani milenial sebagai orang yang berada dalam komunitasnya dapat menghasilkan manfaat yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan sesama petani. Hal tersebut juga diperkuat oleh Marsudi (2011), petani yang melakukan kerjasama dengan petani lainnya dapat meningkatkan produksinya dengan pembagian pendapatan yang proporsional.

Kehadiran petani milenial dengan mampu memberikan pengaruh yang nyata dalam meningkatkan kerjasama di antara petani. Hasil kajian juga diketahui bahwa peran petani milenial mampu memberikan motivator. Salah satu faktor yang mendukung adalah kemampuannya berkomunikasi dengan baik dengan para petani dan generasi muda dalam menjelaskan informasi mengenai kegiatan

usahatani. Sehingga petani milenial mampu mendorong para petani dan generasi muda lainnya untuk percaya diri mengelola usahatani dan mengembangkan jejaring usahanya. *Agrosociopreneur* harus mampu untuk menjadi pembaharu di bidang pertanian, mampu membangun kelembagaan dan jaringan usaha, menciptakan pertanian berdaya saing berbasis pada teknologi informasi, berwawasan kebangsaan dan kegotong-royongan, responsif dan adaptif terhadap perubahan lingkungan internal-eksternal strategis. Hal ini sejalan dengan penelitian Setiawan *et al.* (2015) yang mengonfirmasi bahwa telah terdapat pelaku muda dengan pendidikan tinggi yang kembali ke desa dan menjadi contoh petani dalam beragribisnis di Jawa Barat.

5. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari kajian ini sebagai berikut:

1. Karakteristik petani milenial dapat dilihat dari usia, latar belakang pendidikan, lamanya berusaha tani serta motivasi. Hal ini menjadi faktor penciri individu yang dimiliki oleh petani milenial dalam upaya membangun *agrosociopreneur* di daerahnya masing-masing.
2. Faktor-faktor yang dominan yang memengaruhi petani milenial dalam membangun *agrosociopreneur* adalah karakteristik, dukungan eksternal, kemampuan pemanfaatan informasi dan teknologi serta jiwa kewirausahaan sosial petani. Hal ini akan memperkuat kapasitas petani ketika melakukan perannya di masyarakat.
3. Peran petani milenial didukung oleh karakteristik, dukungan eksternal, kemampuan pemanfaatan informasi dan teknologi, jiwa kewirausahaan sosial petani serta kapasitas petani milenial. Hal ini tercermin dari kapasitas petani milenial melalui kemampuan petani milenial beradaptasi, kemampuan manajemen usaha dan kemampuan pemasaran. Selain itu kapasitas petani milenial yang baik dapat mewujudkan peran petani milenial sebagai fasilitator, pendamping petani, dan motivator. Potensi ini merupakan faktor penting dalam membangun *agrosociopreneur*.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan:

1. Kondisi kapasitas petani milenial belum maksimal, sehingga mendorong setiap pemangku kepentingan yang bergerak pada bidang pendidikan dan pelatihan untuk berusaha meningkatkan kapasitas petani milenial melalui peningkatan kemampuan adaptasi, kepemimpinan, kemampuan teknis, kerja sama petani dan mitra pemasaran.
2. Dukungan pemerintah yang sangat strategis melalui program pemerintah masih harus ditingkatkan. Pelatihan *business plan*, pembuatan laporan keuangan, fasilitasi magang, bantuan modal usaha, sarana dan prasarana untuk dapat ditingkatkan dengan sasaran yang lebih luas dan merata.

Daftar Pustaka

- Abazi-Alili, H., Ramadani, V., Ratten, V., Abazi-Çausi, B. and Rexhepi, G. (2016) *'Encouragement factors of social entrepreneurial activities in Europe'*, International Journal of Foresight and Innovation Policy, Vol. 11, No. 4, pp.225–239.
- Anggadwita, G. Alamanda, DT. Eshtrifi, L. Ramadani, V. Permatasar, A. 2020. *Social characters as predictors of sociopreneurs' motivation. World Review of Entrepreneurship. Management and Sust. Development*, Vol. 16, No. 4, 2020
- Anwarudin, O. Sumardjo, S. Satria, A. Fatchiya, A. 2020. Kapasitas Kewirausahaan Petani Muda dalam Agribisnis di Jawa Barat. *Jurnal Penyuluhan* Vol. 16 (02) 2020. <https://doi.org/10.25015/16202031039>
- Arvianti E Y dan Abin S. 2018. Karakteristik Petani Muda Agribisnis dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Alih Fungsi Lahan di Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian* <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriekonomika>. *Agriekonomika*, 7(1) 2018: 10-18
- Arvianti E Y, Masyhuri, Waluyati L R, Darwanto D H. 2019. Gambaran Krisis Petani Muda di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian* <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriekonomika>. *Agriekonomika* Volume 8, Nomor 2, 2019
- Berry D. 1995. *Pokok-Pokok Pikiran dalam Sosiologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- BPS. (2021). Hasil Sensus Penduduk. Jakarta.

- BPS. (2020). Hasil Sensus Penduduk. Jakarta.
- koutEffendy, L, Haryanto, Y 2020. *Determinant Factors of Rural Youth Participation In Agricultural Development Programme At Majalengka District, Indonesia*. International Journal Of Innovative Research & Development. Vol. 9 Issue. 5 May, 2020.
- Effendy, L. Rusmono, M. 2021. *Factors Affecting the Capacity of Millennial Farmers in Chili Farming Community in Garut Regency*. International Journal of Innovative Science and Research Technology ISSN No:-2456-2165 IJISRT21MAY175 www.ijisrt.com 191. Volume 6, Issue 5, May – 2021
- Filho Jose Milton de Sousa, Matos Stelvia, Trajano Samara da Silva, Lessa Bruno de Souza. 2020. Determinants of social entrepreneurial intentions in a developing country context. *Journal of Business Venturing Insights* 14 (2020) e00207. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00207>
- Hansson, H., Ferguson, R., Olofsson, C., & Rantamäki-lahtinen, L. (2013). Farmer's Motives for Diversifying their Farm Business e the Influence of Family *Journal of Rural Studies*, 32(2013), 240–250. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.002>
- Haryanto Y. 2018. Penguatan Kapasitas Dan Kemandirian Tokoh Petani Maju Sebagai Penyuluh Swadaya. [Disertasi]. Bogor:Institut Pertanian Bogor.
- Haryanto, Y. Effendy, L. Yunandar, D. 2021. Karakteristik Petani Milenial pada Kawasan Sentra Padi di Jawa Barat. *Jurnal Penyuluhan* Vol. 18 (01) 2022 | 25-35 <https://doi.org/10.25015/18202236982>
- Haryanto, Y. Anwarudin, O. Yuniarti, W. 2021. *Progressive Farmers as Catalysts for Regeneration In Rural Areas Through Farmer To Farmer Extension Approach*. *Plant Archives* Volume 21, No 1, 2021 pp. 867-874 e-ISSN:2581-6063 (online), ISSN:0972-5210.
- International Labour Organization (ILO). 2007. *Country review on youth employment in Indonesia*. Geneva (SZ): International Labour Organization. Switzerland.
- Jatnika A. 2016. Peran Kluster Kompetensi Petani Fasilitator Yang Dimoderasi Empati Terhadap Efektivitas Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya di Provinsi Jawa Barat. [Disertasi]. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Joose S, Grubbstrom A. 2017. *Continuity in farming - Not just family business*. *Journal of Rural Studies*. 50(2017): 198-208. doi: 10.1016/j.jrurstud.2016.11.018.
- Kementerian Pertanian. Peraturan Menteri Pertanian Nomor 4 Tahun 2019 tentang Pedoman Gerakan Pembangunan Sumber Daya Manusia Pertanian Menuju Lumbung Pangan Dunia 2045. Jakarta

- Kurniati S A; Vaulina S. 2020. Pengaruh Karakteristik Petani Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Petani Padi Sawah Di Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Agribisnis* Vol. 22 No. 1 (2020).
- Kusumo R A B, Mukti G W. 2019. POTRET PETANI MUDA (Kasus Pada Petani Muda Komoditas Hortikultura di Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal AgribiSains* ISSN 2550-1151 Volume 5 Nomor 2, Oktober 2019
- Lakitan, B. 2019. Strategi Jalur-Ganda dalam Pemajuan Pertanian Indonesia: Memfasilitasi Generasi Milenial dan Menyejahterakan Petani Kecil Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal 2019, Palembang 4-5 September 2019 “Smart Farming yang Berwawasan Lingkungan untuk Kesejahteraan Petani”
- Leonard B, Kinsella A, O’Donoghue A, Farrell M. 2017. Policy drivers of farm succession and inheritance. *Land Use Policy*. 61(2017): 147–159. doi: 10.1016/j.landusepol.2016.09.006
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. *Social Entrepreneurship*, 121–135. <https://doi.org/10.1057/9780230625655>
- Maryani, A. Kusnadi, D. Pradiana, W. 2021. *The Interest of Young Agricultural Entrepreneurs (Young Farmers) on Chili Agribusiness in Kabupaten Garut. Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*. p-ISSN 2662-6154, e-ISSN 2621-3974 // Vol. 4 No. 2 October 2021, pp. 75–89
- Marsudi E. 2011. Identifikasi sistem kerjasama petani penggarap dan pemilik tanah dalam kaitannya dengan pemerataan pendapatan petani padi sawah beririgasi. *Jurnal Agriseip*. 12(1): 1–6.
- Mathis, Jackson, 2003. *Human Resource Management*. Cetakan Kesepuluh, Salemba Empat, Jakarta
- Manyamsari I, Mujiburrahmad. 2014. Karakteristik Petani Dan Hubungannya Dengan Kompetensi Petani Lahan Sempit (Kasus: Di Desa Sinar Sari Kecamatan Dramaga Kab. Bogor Jawa Barat. *Agriseip* Vol (15) No. 2 , 2014
- Mwangi, M. Kariuki, S. 2015. *Factors Determining Adoption of New Agricultural Technology by Smallholder Farmers in Developing Countries*. *Journal of Economics and Sustainable Development* www.iiste.org ISSN 2222-1700 (Paper) ISSN 2222-2855 (Online) Vol.6, No.5, 2015
- Ofori, E. Griffin, T. Yeager, E. 2020. *Duration analyses of precision agriculture technology adoption: what's influencing farmers' time-to-adoption decisions?* *Agricultural Finance Review* Vol. 80 No. 5, 2020 pp. 647-664 © Emerald Publishing Limited 0002-1466 DOI 10.1108/AFR-11-2019-0121
- Orhei, L.E., Nandram, S.S. and Vinke, J. 2015. ‘*Social entrepreneurship competence: evidence from founders of social enterprises in Romania*’, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 25, No. 1, pp.80–105.

- Pechrová, M. Š., Šimpach, O., Medonos, T., Spěšná, D., & Delín, M. (2018). Agris on-line Papers in Economics and Informatics What Are the Motivation and Barriers of Young Farmers to Enter the Sector ? Agris Online Papers in Economics and Informatics, X(4), 79-87. <https://doi.org/10.7160/aol.2018.100409>. Introduction.
- Rachmawati, RR. Gunawan, E. 2020. Peranan Petani Milenial Mendukung Ekspor Hasil Pertanian Di Indonesia. Forum Penelitian Agro Ekonomi, Vol. 38 No. 1, Juli 2020: 67-87 DOI: <http://dx.doi.org/10.21082/fae.v38n1.2020.67-87>
- Scott WR. 2014. *Institutions and Organizations: Ideas, Interests, And Identities*. California: Sage Publications, Inc.
- Setiawan Iwan, Sumardjo, Satria Arif, Tjitropranoto Prabowo Strategi Pengembangan Kemandirian Pelaku Muda Agribisnis "Brain Gain Actors" di Jawa Barat. 2015. MIMBAR, Vol. 31, No. 2 (Desember, 2015): 409-418. ISSN 0215-8175 | EISSN 2303-2499
- Sondakh, J. Rembang, Janne H.W , Syahyuti. 2020. Karakteristik, Potensi Generasi Milenial Dan Perspektif Pengembangan Pertanian Presisi Di Indonesia. Forum Penelitian Agro Ekonomi, Vol. 38 No. 2, Desember 2020: 155-166 DOI: <http://dx.doi.org/10.21082/fae.v38n2.2020.155-166> 155
- Sumardjo. 1999. Transformasi Model Penyuluhan Pertanian Pertanian Menuju Pengembangan Kemandirian Petani (Kasus di Propinsi Jawa Barat). Institut Pertanian Bogor. Bogor. Disertasi
- Taopik O A, Dayat, Achdiyat, Billah M T, Anwarudin O. 2018. Profil Petani Muda Di Kabupaten Cianjur Jawa Barat. Jurnal Triton, Vol. 9, No. 2, Desember 2018
- Widayanti, S. Ratnasari, S. Mubarakah. Atasa, D. 2021. Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Milenial Untuk Meneruskan Usahatani Keluarga Di Kecamatan Mejayan, Kabupaten Madiun. AGRISEP Vol. 20 No. 2 September 2021: 279 – 288. DOI: 10.31186/jagrisep.20.2.279-288
- Widiyanti, E. Karsidi, R. Wijaya, M. Utari, P. 2021. *Information Needs and Behaviour for Sustainable Farming Among Millennial and Progressive farmers*. 3rd International Conference on Food Science and Engineering IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 828 (2021) 012052 IOP Publishing doi:10.1088/1755-1315/828/1/012052
- Yu CWM. 2013. *Capacity building to advance entrepreneurship education, Lessons from the teen entrepreneurship competition in Hong Kong*. Education and Training Journal. 55(7): 705-718. doi: 10.1108/ET-01-2013-0001.
- Yunandar DT, Hariadi SS, Raya AB. 2019. *Students Attitude Toward Agricultural Entrepreneurship in Selected Vocational Colleges in Indonesia*. Journal of Agricultural Extension 23(2), 147-153
- Yunandar, D.T., Hariadi, S.S., & Raya, A.B. (2019a). Strategi Penyuluhan Pembangunan: Teori dan Praktik untuk Pengembangan Minat Pemuda Milenial dalam Wirausaha Pertanian. Yogyakarta: Penerbit Pintal

- Yunandar, DT, Hariadi, SS. Raya, AB. 2020. Sikap dan Pengalaman Petani Milenial dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Mendukung Keberhasilan Berwirausaha Pertanian. PROSIDING SEMINAR NASIONAL ISBN : 978-623-95866-0-3 POLBANGTAN YOGYAKARTA MAGELANG 2020 JURUSAN PETERNAKAN.
- Zagata, L. Sutherland, L.A. 2015. *Deconstructing the 'young farmer problem in Europe': Towards a research agenda*. Journal of Rural Studies 38:39-51. DOI:10.1016/j.jrurstud.2015.01.003
- Zed, M. (2014). Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Peran Kepemimpinan Ketua Kelompok Tani dalam Pemberdayaan Petani

Fara Shaliza

Ikhtisar

Pembangunan bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Tantangan yang dihadapi Indonesia untuk mewujudkan tujuan pembangunan adalah kondisi jumlah penduduk yang semakin bertambah setiap tahun sehingga kebutuhan pangan juga semakin meningkat. Kelompok tani sebagai bagian dari masyarakat merupakan motor penggerak pembangunan pertanian. Keberadaan kelompok tani penting diberdayakan karena memiliki potensi yang sangat besar. Kepemimpinan kelompok tani merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan kegiatan kelompok tani. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat partisipasi dalam pemberdayaan petani, serta menganalisis peran kepemimpinan ketua kelompok tani dalam pemberdayaan petani. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur. Hasil kajian dari berbagai literatur menunjukkan bahwa tingkat partisipasi petani merupakan faktor penentu dalam proses pemberdayaan yaitu pada tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap pemanfaatan hasil, dan tahap evaluasi. Dalam pemberdayaan petani, ketua kelompok tani berperan sebagai koordinator, organisator, fasilitator, pengawas, konsultan, informan, partisipan dan evaluator. Oleh karena itu, untuk mengembangkan *human capital* melalui peningkatan kapasitas kepemimpinan ketua kelompok tani diperlukan pelatihan kepemimpinan, sebagai upaya memberdayakan petani dan mewujudkan kemandirian.

Kata Kunci: Kepemimpinan, Kelompok Tani, Pemberdayaan Petani

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pembangunan pada hakikatnya bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Sebagai suatu perubahan, pembangunan merupakan usaha untuk mewujudkan kondisi masyarakat tertentu menuju kondisi masyarakat yang dianggap lebih baik atau lebih diinginkan. Pada umumnya, pembangunan nasional di banyak negara berkembang terutama ditekankan pada pembangunan ekonomi. Hal ini terjadi karena bidang tersebut yang dirasa masih jauh tertinggal di belakang (Katz, 1965 dalam Tjokroamidjojo, 1978). Tujuan pembangunan di negara Indonesia diselaraskan dengan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs), yaitu untuk menjaga peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkesinambungan, menjaga keberlanjutan kehidupan sosial masyarakat, menjaga kualitas lingkungan hidup serta pembangunan yang inklusif dan terlaksananya tata kelola yang mampu menjaga peningkatan kualitas kehidupan dari satu generasi ke generasi berikutnya (<https://sdgs.bappenas.go.id/sekilas-sdgs/>).

Upaya mencapai tujuan pembangunan berhubungan erat dengan kondisi jumlah penduduk Indonesia yang semakin bertambah setiap tahun. Berdasarkan sensus penduduk Tahun 2020, penduduk Indonesia berjumlah 270,20 juta jiwa. Jumlah ini bertambah 32,56 juta jiwa dari hasil sensus penduduk tahun 2010 (BPS Pusat 2021). Dengan laju pertumbuhan penduduk yang tinggi, dapat meningkatkan persaingan antara penyediaan kebutuhan lahan untuk produksi pangan dan kebutuhan yang lain. Selain itu, kebutuhan penduduk terhadap pangan juga semakin meningkat, karena besarnya jumlah penduduk berkaitan langsung dengan penyediaan pangan (Khairati dan Syahni 2016).

Kelompok tani sebagai bagian dari masyarakat merupakan motor penggerak pembangunan pertanian. Keberadaan kelompok tani penting diberdayakan karena memiliki potensi yang sangat besar (Ramadhana 2021). Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 67/Permentan/SM.050/12/2016 tentang Pembinaan Kelembagaan Petani, untuk mewujudkan kedaulatan dan kemandirian pangan diperlukan penguatan kelembagaan petani dalam rangka perlindungan dan pemberdayaan petani. Upaya yang dilakukan adalah

melalui penguatan kapasitas pengurus kelompok tani (Ketua, Sekretaris, dan Bendahara), yang harus memenuhi beberapa persyaratan seperti memiliki waktu yang cukup untuk memajukan kelompok tani, serta memiliki semangat, motivasi, dan kemampuan memimpin kelompok tani.

Kepemimpinan kelompok tani merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan kegiatan kelompok tani. Melalui kepemimpinan ketua kelompok, fungsi kelompok yang mencakup kelas belajar, unit produksi dan wahana kerjasama sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas usahatani dapat tercapai. Dengan kepemimpinan ketua kelompok, anggota kelompok dapat berintegrasi, bekerjasama dan berusaha untuk menciptakan kelompok tani yang dinamis dalam rangka mencapai tujuan bersama (Hutomo 2018). Kepemimpinan informal ketua kelompok juga sangat berperan dalam pemberdayaan Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan). Melalui pemberdayaan, Ketua Gapoktan berperan menyejahterakan dan memajukan petani serta meningkatkan minat generasi muda (Ekasari 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peran kepemimpinan ketua kelompok tani sangat diperlukan dalam pemberdayaan petani. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam kajian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat partisipasi dalam pemberdayaan petani?
2. Bagaimana peran kepemimpinan ketua kelompok tani dalam pemberdayaan petani?

1.3 Tujuan

Tujuan kajian ini adalah untuk:

1. Menganalisis tingkat partisipasi dalam pemberdayaan petani.
2. Menganalisis peran kepemimpinan ketua kelompok tani dalam pemberdayaan petani.

1.4 Novelty

Berdasarkan penelusuran terhadap literatur hasil penelitian terdahulu, yang didominasi oleh peran kepemimpinan informal dan pemberdayaan petani di wilayah pedesaan, maka kebaruan (*novelty*) pada kajian ini antara lain:

1. Menghasilkan tingkat partisipasi petani sebagai faktor yang memengaruhi peran kepemimpinan ketua kelompok tani dalam pemberdayaan petani sektor pertanian di perkotaan, yang berada di wilayah pesisir.
2. Menghasilkan model peran kepemimpinan ketua kelompok tani dalam pemberdayaan petani sektor pertanian di perkotaan, yang berada di wilayah pesisir.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Peran Kepemimpinan

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup berkelompok secara dinamis. Untuk dapat mencapai tujuan kelompok, maka diperlukan seseorang yang memiliki kemampuan untuk menggerakkan orang yang dipimpinnya, menjadi teladan dan mampu mengambil keputusan. Pemimpin, yang berasal dari kata "*leader*" diartikan sebagai individu yang memiliki kemampuan serta memanfaatkan kemampuan tersebut melalui sikap dan perilaku yang mengarahkan dan memotivasi individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan organisasi melalui kesatuan pemahaman dan kerjasama. Sementara kepemimpinan meliputi penggunaan pengaruh, semua hubungan dapat melibatkan pemimpin, dan pentingnya proses komunikasi. Kejelasan dan keakuratan dari komunikasi memengaruhi perilaku dan kinerja pengikutnya serta kepemimpinan memfokuskan pada tujuan yang dicapai. Pemimpin yang efektif harus berhubungan dengan tujuan-tujuan individu, kelompok dan organisasi (Suwatno 2019).

Setiap pemimpin memiliki kerinduan untuk membangun dan mengembangkan orang-orang yang dipimpinnya, sehingga tumbuh banyak pemimpin dalam kelompoknya. Keberhasilan seorang pemimpin sangat tergantung dari kemampuannya untuk membangun orang-orang di sekitarnya. Dan keberhasilan suatu organisasi sangat tergantung pada potensi sumber daya manusia dalam organisasi

tersebut. Apabila suatu organisasi mempunyai banyak anggota dengan kualitas pemimpin, organisasi akan berkembang dan menjadi kuat (Rivai *et al.* 2020).

Selain karena faktor potensi sumber daya manusia, keberhasilan organisasi juga ditentukan oleh keberhasilan pemimpin dalam memegang teguh komitmennya. Menurut Suwatno (2019), komitmen pemimpin adalah identifikasi rasa, keterlibatan, dan loyalitas yang diperlihatkan pemimpin terhadap organisasi yang menjadi tempatnya mengabdikan. Komitmen pemimpin ditunjukkan melalui sikap penerimaan, keyakinan yang kuat terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi, serta dorongan yang kuat untuk mempertahankan dan menjadi bagian penting dari anggota organisasi demi tercapainya tujuan organisasi. Komitmen pemimpin yang kuat akan memengaruhi kinerja yang ditampilkan oleh pemimpin tersebut dalam meningkatkan kinerja organisasi.

Pemimpin suatu organisasi perlu berperan aktif untuk mewujudkan tujuan organisasinya. Peranan kepemimpinan ditekankan pada sederetan tugas-tugas yang perlu dilakukan oleh seorang pemimpin kepada bawahannya, atau yang disebut juga dengan *leadership functions*. Dalam menjalankan posisinya, seorang pemimpin memengaruhi dan menggerakkan bawahannya, agar dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab bawahan berperilaku sesuai dengan tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Wahjosumidjo 2021). Di dalam mewujudkan peranan tersebut, didukung oleh kemampuan pemimpin yang meliputi: *technical*, *human*, dan *conceptual skills* (Sunyoto dan Susanti 2019). Peran kepemimpinan ketua di dalam kelompok tani adalah sebagai motivator, komunikator, fasilitator, organisator, dan mendorong semangat kerjasama serta menjaga agar tujuan-tujuan tetap tercapai (Marlena *et al.* 2019).

2.2 Kelompok Tani

Di sektor pertanian, organisasi yang berperan dalam pembangunan pertanian adalah kelompok tani. Dalam upaya menuju pembangunan pertanian yang lebih maju, peran kelembagaan pertanian perlu didorong untuk memberikan kontribusi terhadap hal tersebut. Kelompok tani menjadi salah satu kelembagaan pertanian yang berperan penting dan

menjadi ujung tombak karena kelompok tani merupakan pelaku utama dalam pembangunan pertanian (<http://pertanian-mesuji.id/peranan-penting-kelompok-tani-dalam-pembangunan-pertanian/>).

Menurut Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 67/Permentan/SM.050/12/2016 tentang Pembinaan Kelembagaan Petani, kelompok tani (poktan) diartikan sebagai kumpulan petani/peternak/pekebun yang dibentuk oleh para petani atas dasar kesamaan kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan sosial, ekonomi, dan sumber daya, kesamaan komoditas, dan keakraban untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha anggota. Dengan demikian, poktan memiliki fungsi sebagai:

- a. Kelas belajar, yaitu wadah belajar mengajar bagi anggota untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap agar tumbuh dan berkembang menjadi usahatani yang mandiri melalui pemanfaatan dan akses kepada sumber informasi dan teknologi sehingga dapat meningkatkan produktivitas, pendapatan serta kehidupan yang lebih baik;
- b. Wahana kerja sama atau tempat untuk memperkuat kerjasama, baik di antara sesama petani dalam poktan dan antarpoktan maupun dengan pihak lain, sehingga diharapkan usahatani lebih efisien dan mampu menghadapi ancaman, tantangan, hambatan serta lebih menguntungkan;
- c. Unit produksi, karena usahatani masing-masing anggota poktan secara keseluruhan merupakan satu kesatuan usaha yang dapat dikembangkan untuk mencapai skala ekonomi usaha, dengan menjaga kuantitas, kualitas dan kontinuitas.

Pentingnya pembinaan petani dengan pendekatan kelompok tani merupakan salah satu cara dalam memperlancar pembangunan pertanian dengan adanya kegiatan petani yang tergabung dalam kelompok tani. Sebagaimana diungkapkan oleh Ramadhana (2021), mengembangkan kelompok tani berarti membangun keinginan dan kepercayaan pada diri petani agar dapat bergerak secara metode, berdayaguna, dan terorganisir. Peningkatan peran kelompok tani menjadi hal yang perlu dilakukan untuk menjaga eksistensi kelompok tani.

2.3 Pemberdayaan

Pemberdayaan (*empowerment*) diartikan sebagai upaya memberikan kesempatan dan kemampuan kepada masyarakat (miskin) untuk mampu dan berani bersuara (*voice*), serta kemampuan dan keberanian untuk memilih (*choice*) alternatif perbaikan kehidupan yang terbaik. Keberdayaan masyarakat merupakan unsur-unsur yang memungkinkan masyarakat mampu bertahan dan mampu mengembangkan diri untuk mencapai tujuan-tujuannya. Oleh karena itu, memberdayakan masyarakat merupakan upaya untuk terus menerus meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat “bawah” yang tidak mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan (Mardikanto 2009).

Pemberdayaan berkaitan dengan upaya perubahan dalam struktur sosial masyarakat, karena adanya proses *sharing power*, peningkatan kemampuan, dan penetapan kewenangan. Dengan *power* yang dimiliki, seseorang atau sekelompok orang diharapkan dapat mendayagunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengakses informasi, teknologi, modal, mengembangkan keterampilan dalam menemukan solusi atas masalah kehidupan. Pemberdayaan juga sangat berkaitan dengan struktur yang timpang. Dalam struktur yang timpang, sebagian pihak memiliki kesempatan, kekuatan, dan kemauan untuk memenuhi kebutuhannya. Sementara sebagian pihak lagi sangat sulit memenuhi kebutuhan karena terbatasnya daya. Ketiadaan daya umumnya disebabkan sistem dan struktur yang kurang berpihak pada kebutuhan masyarakat kecil. Untuk meningkatkan akses, kekuatan, dan kemampuan dalam bertindak, dilakukanlah pemberdayaan (Amanah S. dan Farmayanti N. 2014).

Pemberdayaan di sektor pertanian diarahkan pada usaha pertanian mulai dari proses produksi, pemeliharaan, panen, pascapanen serta pemasaran (Anwas 2019). Pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui kegiatan pertanian, dengan berbasis *social entrepreneurship*. Pemberdayaan masyarakat di Desa Nambo dilakukan secara swadaya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Salah satu program kegiatan pembangunan pertanian adalah pembukaan lahan hutan untuk penanaman tanaman pangan dan hortikultura. Di bidang

peternakan, pemanfaatan lahan digunakan untuk pembuatan kandang koloni sebagai tempat budidaya ternak. Selain itu, pembukaan lahan juga dimanfaatkan untuk penanaman hijauan pakan ternak (Muniroh, *et al.* 2020).

2.4 Tingkat Partisipasi

Dalam pemberdayaan terdapat partisipasi, yang dikemukakan Mardikanto (2009) sebagai keikutsertaan seseorang atau sekelompok anggota masyarakat dalam suatu kegiatan. Karakteristik dari proses partisipasi adalah semakin mantapnya jaringan sosial (*social network*) yang “baru” yang membentuk suatu jaringan sosial bagi terwujudnya kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu yang diinginkan. Karena itu, sebagai proses, partisipasi akan menciptakan jaringan sosial baru yang masing-masing berusaha untuk melaksanakan tahapan-tahapan kegiatan demi terwujudnya tujuan akhir yang diinginkan masyarakat atau struktur sosial yang bersangkutan. Menurut Sumardjo (2021), seseorang akan berpartisipasi dalam kegiatan sosial atau pemanfaatan teknologi apabila ada tiga prasyarat partisipasi yaitu kesempatan, kemauan dan kemampuan.

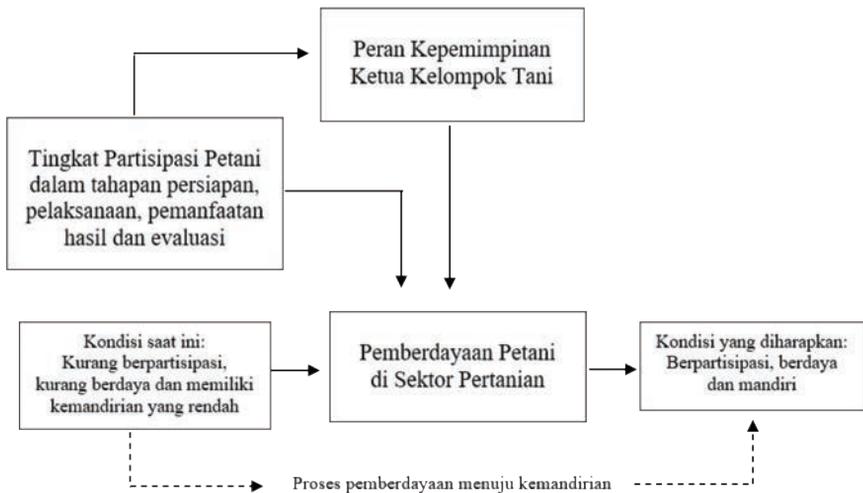
Tahapan partisipasi masyarakat menurut Cohen dan Uphoff (1980) dapat dilihat melalui partisipasi dalam pengambilan keputusan atau perencanaan, partisipasi dalam pelaksanaan, partisipasi dalam pemanfaatan hasil, dan partisipasi dalam evaluasi atau penilaian hasil. Menurut Adi (2008), partisipasi masyarakat dalam berbagai tahapan ini akan membuat masyarakat menjadi lebih berdaya dan memiliki ketahanan dalam menghadapi perubahan. Sebaliknya, apabila masyarakat pasif dan tidak dilibatkan dalam setiap tahapan perubahan, maka masyarakat akan menjadi ketergantungan terhadap pihak lain seperti pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) maupun pihak swasta.

3. Kerangka Pemikiran, Hipotesis dan Metode

3.1 Kerangka Pemikiran

Petani perkotaan yang berusaha tani di sektor pertanian dalam kondisi yang, kurang berpartisipasi, kurang berdaya dan memiliki kemandirian yang rendah. Seperti yang dikemukakan oleh Sumardjo *et al.* (2021) bahwa berdasarkan hasil penelitian, partisipasi masyarakat secara

umum tergolong aktif dan sangat aktif, kecuali pada masyarakat urban dan pesisir yang relatif kurang aktif. Faktor yang menyebabkan hal tersebut karena adanya kesibukan lain di luar program pemberdayaan yang mengakibatkan kurangnya pemahaman terhadap manfaat yang diperoleh dari pemberdayaan masyarakat. Kondisi yang demikian tentunya perlu diubah, seiring dengan tujuan pembangunan pertanian untuk mewujudkan kualitas dan kesejahteraan masyarakat. Perubahan yang diharapkan adalah petani menjadi berpartisipasi, berdaya dan memiliki kemandirian. Untuk menjadi berdaya, maka petani harus meningkatkan partisipasi. Pemimpin kelompok tani mempunyai peran dalam memotivasi petani untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan. Berdasarkan konsep teori dan hasil penelusuran penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran kajian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka pemikiran

3.2 Hipotesis

Hipotesis merupakan bagian penting dalam rancangan penelitian kuantitatif. Hipotesis berguna sebagai jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Kebenaran hipotesis dibuktikan dengan pengujian hipotesis melalui data di lapangan (Bungin 2013; Bungin 2005). Peneliti mengumpulkan berbagai data lapangan yang

berguna untuk membuktikan hipotesis. Berdasarkan data yang terkumpul, selanjutnya dilakukan pengujian untuk menunjukkan hipotesis terbukti atau tidak (Arikunto 2013).

Hipotesis yang dirumuskan dalam kajian ini adalah sebagai berikut:

1. Tingkat partisipasi berpengaruh nyata terhadap pemberdayaan petani dan peran kepemimpinan ketua kelompok tani.
2. Peran kepemimpinan ketua kelompok tani berpengaruh nyata terhadap pemberdayaan petani.

3.3 Metode

Kajian ini menggunakan metode studi literatur atau kepustakaan. Menurut Kartiningrum (2015), studi kepustakaan merupakan kegiatan yang diwajibkan dalam penelitian, khususnya penelitian akademik yang tujuan utamanya adalah mengembangkan aspek teoritis maupun aspek praktis. Studi kepustakaan diterapkan oleh setiap peneliti untuk mencari dasar pijakan atau fondasi dalam memperoleh dan membangun landasan teori, kerangka berpikir, dan menentukan dugaan sementara atau hipotesis penelitian. Para peneliti dapat mengelompokkan, mengalokasikan mengorganisasikan, dan menggunakan variasi pustaka dalam bidangnya. Melalui studi kepustakaan, para peneliti mempunyai pendalaman yang lebih luas dan mendalam terhadap masalah yang hendak diteliti.

Studi kepustakaan dapat membantu peneliti memperoleh gambaran atau informasi mengenai penelitian sejenis dan masalah penelitian. Selain itu, peneliti dapat memperoleh metode, teknik, atau pendekatan pemecahan masalah yang akan digunakan. Dengan studi kepustakaan, peneliti mengetahui historis dan perspektif dari permasalahan penelitian, serta mendapatkan informasi tentang cara analisis data yang digunakan. Studi kepustakaan juga dapat digunakan sebagai data sekunder, untuk memperkaya ide-ide baru (Sunggono 2003).

4. Hasil Kajian

Partisipasi merupakan faktor utama dalam proses pemberdayaan masyarakat. Adi (2008) mengemukakan bahwa partisipasi adalah keikutsertaan atau keterlibatan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah, potensi, pemilihan dan pengambilan

keputusan alternatif solusi penanganan masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah, serta keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi. Penelitian Fitriadi, *et. al.* (2018) mengenai empat tahap partisipasi yaitu tahap pengambilan keputusan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi dan tahap menikmati hasil menyimpulkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat pada setiap tahapan partisipasi menunjukkan nilai yang berbeda. Tingkat partisipasi tertinggi berada pada tahap menikmati hasil dengan persentase sedang sebesar 75%, sedangkan ketiga tahapan yang lain dan total partisipasi berada pada kategori rendah dan sangat rendah.

Dalam kegiatan pemberdayaan petani kakao di Desa Nuhuwey, Mandacan dan Hadilinatih (2021) memperoleh hasil penelitian bahwa petani selalu ikut berperan dan partisipasi dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah mulai dari penyediaan pupuk, permodalan, informasi, irigasi, sampai proses pemasaran produk hasil olahan biji kakao. Adapun faktor yang mendukung pemberdayaan tersebut adalah motivasi diri dan keluarga serta antusias anggota kelompok tani yang tinggi dalam mengikuti setiap kegiatan. Sementara faktor penghambat kegiatan pemberdayaan adalah pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh kelompok tani dalam pertanian kakao.

Keberhasilan pemberdayaan masyarakat salah satunya ditentukan oleh faktor kepemimpinan. Hal ini sejalan dengan penelitian Surapolchai dan Hongwityakorn (2020) mengenai keberhasilan manajemen operasional enam kelompok tani serikultural, yang memproduksi sebagian besar kain sutra terkenal di Timur Laut Thailand. Keberhasilan pemberdayaan petani ditentukan oleh faktor penciptaan kepemimpinan proaktif, membangun visi kelompok melalui komunikasi dan keterlibatan, filosofi kecukupan ekonomi dan manajemen berbasis tata kelola yang baik, mendukung jaringan horizontal, dan mempromosikan penelitian dan pengembangan secara lintas disiplin untuk memenuhi berbagai permintaan pasar. Oleh karena itu perlu dikembangkan kapasitas kepemimpinan proaktif melalui tingkat institusi pendidikan, transfer pengetahuan melalui manajemen pengetahuan, melakukan program terkait serikultur dasar dan lintas disiplin, menciptakan berbagai produk hijau dari sutra, dan membangun *platform* pembelajaran dan jaringan bisnis antar generasi.

Berdasarkan hasil penelitian Putra, *et. al.* (2016), peran ketua kelompok selain sebagai organisator dan komunikator juga sebagai fasilitator petani dalam meningkatkan pengetahuan maupun keterampilan dalam kegiatan usaha tani anggotanya. Hasil penelitian Ekasari (2018) menunjukkan bahwa peran kepemimpinan Ketua Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dalam memberdayakan Gapoktan meliputi koordinator, fasilitator, pengawas, konsultan, informan, partisipan dan evaluator. Menurut Nur Haq (2016), ketua kelompok ternak kambing perah telah berperan dalam keberlanjutan usaha anggotanya. Ketua kelompok telah melaksanakan perannya dalam hal menganalisis dan mengidentifikasi kebutuhan anggota, membangun stuktur organisasi, memiliki inisiatif yang tinggi, serta mempermudah jalannya komunikasi antara ketua dan anggota. Namun, ketua kelompok belum mampu untuk membuat suasana yang nyaman di dalam kelompok ternak tersebut.

Kelompok tani dikatakan berperan dengan adanya kesadaran petani akan pentingnya mengikuti kelompok tani sebagai wadah yang mampu menumbuhkan kemandirian dan meningkatkan kemampuan anggotanya dalam melaksanakan kegiatan usahatani, khususnya kopi. Di samping itu, perlu peningkatan peran ketua kelompok tani dan anggota kelompok dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan kelompok tani sehingga dengan adanya kelompok tani dan menjadi anggota kelompok tani benar-benar dapat meningkatkan kesejahteraan maupun pendapatan (Prasetya *et al.* 2015). Faktor yang memengaruhi peran kepemimpinan ketua Kelompok Usaha Bersama (KUB) dalam memberdayakan nelayan di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan antara lain: keterbukaan dan akuntabilitas ketua kelompok, kemampuan pemimpin dalam mendorong semangat, kepedulian pemimpin terhadap kesejahteraan anggota, kedudukan sosial pemimpin dalam masyarakat, pengalaman dan kemampuan yang dimiliki oleh pemimpin, komitmen ketua maupun anggota dalam KUB, serta sumber daya yang dimiliki dalam kelompok. Upaya untuk meningkatkan peran kepemimpinan ketua KUB dalam memberdayakan nelayan dilakukan dengan cara memastikan bahwa sasaran pemberdayaan merupakan masyarakat yang tepat, pemimpin memiliki jiwa sosial yang tinggi dan merupakan orang yang memiliki kedudukan sosial atau dihormati dan dipercaya oleh anggotanya, serta diberikannya pelatihan-pelatihan kepemimpinan kepada ketua KUB (Urrahma dan Eriyanti 2020).

5. Penutup

Tingkat partisipasi petani dalam tahapan persiapan, pelaksanaan, pemanfaatan hasil dan evaluasi merupakan faktor penentu dalam keberhasilan kegiatan pemberdayaan pertanian. Tingkat partisipasi yang tinggi menunjukkan bahwa peran kepemimpinan ketua kelompok tani telah berjalan dengan baik. Ketua kelompok tani berperan sebagai koordinator, organisator, fasilitator, pengawas, konsultan, informan, partisipan dan evaluator. Faktor yang memengaruhi peran ketua kelompok tani antara lain: kemampuan memimpin kelompok, kemampuan memotivasi anggota, kedudukan sosial di masyarakat, pengalaman, dan komitmen melaksanakan peran kepemimpinan.

Berdasarkan kajian tersebut, peran kepemimpinan ketua kelompok tani merupakan faktor penting dalam pemberdayaan petani. Oleh karena itu, disarankan kepada pemerintah pusat dan daerah untuk bekerjasama mengembangkan *human capital* melalui peningkatan kapasitas kepemimpinan ketua kelompok tani dengan melaksanakan pelatihan kepemimpinan, sebagai upaya memberdayakan petani dan mewujudkan kemandirian.

Daftar Pustaka

- Adi, I. R. 2008. *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Amanah, S. dan Farmayanti, N. 2014. *Pemberdayaan Sosial Petani-Nelayan, Keunikan Agroekosistem, dan Daya Saing*. Jakarta: YOI.
- Anwas, O. M. 2019. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Pusat. 2021. *Data Sensus Penduduk Tahun 2020*.
- Bungin, B. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Kedua. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cohen, J. and Uphoff, N. 1980. *Participation's place in Rural Development: Seeking Clarity through Specificity* https://www.researchgate.net/publication/4897194_Participation's_Place_in_Rural_Development_Seeking_Clarity_Through_Specificity

- Ekasari, F. 2018. Kepemimpinan Informal dalam Memberdayakan Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) di Desa Margoda di Kecamatan Seyegan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 2 (1), Maret 2018-24.
- Fitriadi, *et. al.* 2018. Gaya Kepemimpinan Tokoh Informal dan Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Program Desa Mandiri Pangan. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*, Vol. 2(4) :455-464.
- Hutomo, F. S., *et. al.*, 2018. Kepemimpinan Ketua Kelompok Tani dalam Meningkatkan Dinamika Kelompok di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA)*, Volume 6, No. 1, Februari 2018.
- Kartiningrum, E. K. 2015. *Panduan Penyusunan Studi Literatur*. Mojokerto: Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat. Politeknik Kesehatan Majapahit.
- Khairati, R. dan Syahni, R. 2016. Respons Permintaan Pangan terhadap Pertambahan Penduduk di Sumatera Barat. *Jurnal Pembangunan Nagari*, Vol. 1, No. 2, Desember 2016.
- Mandacan, Y. dan Hadilinatih, B. 2021. Faktor-faktor yang Memengaruhi Pelaksanaan Pemberdayaan Masyarakat Petani dalam Meningkatkan Produktivitas Kakao di Desa Nuhuwey Kecamatan Ransiki Kabupaten Manokwari Selatan. *Jurnal Enersia Publik*, Vol. 5, No. 2, Desember 2021, hal. 428-443.
- Mardikanto, T. 2009. *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Surakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan (LPP) dan UPT Penerbitan dan Percetakan UNS (UNS Press) Universitas Sebelas Maret.
- Marlena, *et. al.* 2019. Peran Ketua Kelompok Tani terhadap Produksi Durian (*DuriozibethinusMurr*) di Desa Kaligono Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo. *Jurnal Surya Agritama*, Volume 8 Nomor 2, September 2019.
- Muniroh, *et. al.* 2020. Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Pertanian dan Peternakan: Studi Kasus Desa Nambo Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Pusat Informasi Masyarakat*, Mei 2020, Vol 2 (3) 2020: 435-444.
- Nur Haq, *et. al.* 2016. Peran Kepemimpinan Ketua Kelompok Peternak Kambing Perah terhadap Keberlanjutan Usaha Anggota: Studi Kasus di Kelompok Tani Mekar Harapan Kampung Garung Desa Cilengkrang Kabupaten Bandung. *Students e-journals*, Vol. 5, No. 4.
- Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 67/Permentan/SM.050/12/2016 Tentang Pembinaan Kelembagaan Petani. <http://perundangan.pertanian.go.id/admin/file/Permentan%2067-2016%20Pembinaan%20Kelembagaan%20Petani>.

- Putra, E. A. S., et. al. 2016. Peran Ketua Kelompok Tani dalam Adopsi Teknologi Budidaya Bawang Merah di Lahan Pasir Pantai Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul. *Jurnal Agro Ekonomi*, Vol. 27, No. 2, Desember 2016.
- Prasetya, et. al., 2015. Peranan Kelompok Tani dalam Peningkatan Pendapatan Petani Kopi di Kelurahan Tugusari Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIJA)*, Volume 3 No. 3, Juni 2015.
- Ramadhana, M. R. 2021. Pemberdayaan Petani melalui Kelompok Tani. Kumpulan Artikel Sumber Daya Manusia Sektor Pertanian dalam Berbagai Perspektif. Malang: Penerbit Psychology Forum bekerjasama dengan DPPs UMM.
- Rivai, V. et. al. 2020. Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Organisasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sumardjo, et. al. 2021. Pemberdayaan *Urban Farming* pada Masyarakat Peri-Urban sebagai Upaya Pencapaian SDGs. Bogor: IPB Press.
- Sumardjo. 2021. Pemberdayaan Sosial dan Pengembangan Partisipasi Masyarakat. Bahan Kuliah Mata Kuliah Penyuluhan dalam Pembangunan Kapital Manusia dan Kapital Sosial KPM 755 Program Studi S3 KMP. Bogor: Departemen SKPM FEMA IPB.
- Sunggono, B. 2003. Metodologi Penelitian Hukum: Suatu Pengantar. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sunyoto, D. dan Susanti, F. E. 2019. Kepemimpinan Manjerial: Kajian Peranan Penting Kepemimpinan dalam Kerangka Manajemen. Jakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Surapolchai, P. and Hongwityakorn, U. 2020. *Critical Success Factor of the Sustainable Empowerment of Sericultural Farmers in Thailand*. PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research, 9(1).
- Suwatno. 2019. Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjokroamidjojo, B. 1978. Pengantar Administrasi Pembangunan. Jakarta: LP3ES.
- Urrahma, S. dan Eriyanti, F. 2020. Faktor-faktor yang Memengaruhi Peranan Kepemimpinan Ketua KUB dalam Memberdayakan Nelayan di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Administrasi Publik*, Volume 2, Nomor 2, Tahun 2020, hal 34-43.
- Wahjosumidjo. 2021. Kepemimpinan dan Motivasi. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- <http://pertanian-mesuji.id/peranan-penting-kelompok-tani-dalam-pembangunan-pertanian/>
- <https://sdgs.bappenas.go.id/sekilas-sdgs/>

Kewirausahaan Sosial Berbasis Pesantren dalam Membangun Kemandirian Penerima Manfaat

Ellies Sukmawati

Ikhtisar

Penanganan masalah kemiskinan memerlukan upaya yang substansif dan mendasar untuk mengatasinya. Peran kewirausahaan sosial sebagai agen perubahan bertujuan membantu mengatasi permasalahan sosial di masyarakat dengan cara mensinergikan aspek bisnis dan sosial yang di ramu ke dalam misi sosial perusahaan sosial. Tujuan penulisan makalah ini ingin memberikan gambaran pelaksanaan kewirausahaan sosial yang diselenggarakan oleh lembaga pesantren. Metode penulisan kajian mempergunakan studi literatur revidu terhadap beragam artikel yang memiliki kesamaan topik kajian. Berdasarkan hasil pembahasan ditemukan bahwa faktor proses pemberdayaan menjadi satu-satunya yang dapat berpengaruh secara langsung membangun kapasitas dan kemandirian bagi penerima manfaat. Faktor karakteristik pribadi, peran kewirausahaan sosial dan dukungan pesantren, dapat membangun kemandirian, namun melalui peningkatan kapasitas penerimaan manfaat terlebih dahulu, selanjutnya akan memengaruhi terbentuknya kemandirian penerima manfaat pada aspek daya saring, daya saing dan daya sanding pada bidang usahanya masing-masing. Diharapkan melalui kajian dapat memberikan gambaran praktik kewirausahaan sosial berbasis lembaga keagamaan yang berorientasi kepada aspek keberlanjutan program pembangunan.

Kata Kunci: Kewirausahaan Sosial, Pesantren, Kemandirian, Penerima Manfaat

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kemiskinan merupakan permasalahan klasik yang belum dapat terselesaikan dan terjadi di hampir seluruh daerah di Indonesia, baik perkotaan maupun di pedesaan. Berdasarkan data statistik jumlah penduduk miskin pada September 2020 sebesar 27,55 juta orang, meningkat 1,13 juta orang terhadap Maret 2020 dan meningkat 2,76 juta orang terhadap September 2019 (BPS). Fenomena kemiskinan ini tentunya berdampak kepada kualitas hidup masyarakat yang mengalami kemiskinan, seperti rendahnya pendapatan mengakibatkan rendahnya tingkat pendidikan maupun kesehatan dan ketidakmampuannya untuk memenuhi kebutuhan dasar, yang pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap kualitas sumber daya manusia di Indonesia.

Penanganan permasalahan kemiskinan memerlukan upaya yang substansif dan mendasar untuk dapat menemukan sumber atau penyebab permasalahan kemiskinan, dan solusi yang tepat untuk mengatasinya. Upaya ini dapat diwujudkan melalui pemberdayaan. Pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan keberdayaan dari mereka yang dirugikan, sehingga pemberdayaan adalah titik sentral bagi strategi keadilan sosial dan HAM (Ife & Tesoriero 2008). Tujuan pemberdayaan dapat berbeda sesuai dengan bidang pembangunan yang digarap (Adi 2002), walaupun makna pemberdayaan bisa berinterpretasi yang jamak, di mana intepretasi bidang yang satu dengan yang lainnya belum tentu sama, namun keterpaduan berbagai bidang pemberdayaan dibutuhkan untuk saling melengkapi guna menciptakan kesejahteraan masyarakat. Hal yang menarik untuk mengkaji implementasi dari berbagai bidang pemberdayaan masyarakat yang saling sinergi dan interaksi mewujudkan kesejahteraan masyarakat, melalui peran lembaga pesantren.

Pesantren adalah lembaga pendidikan yang secara historis merupakan ciri khas Indonesia dengan jumlah yang mencapai ribuan pesantren tersebar di Indonesia (BAZNAS, 2021). Pesantren memiliki keunikan dan sumber daya, dan peran yang strategis untuk memberdayakan ekonomi umat, sehingga pesantren dapat menjadi pionir dalam memajukan perekonomian rakyat Indonesia (Fathoni & Rohim 2019).

Potensi pesantren menurut (BAZNAS 2021) berpotensi mengumpulkan zakat fitrah sebesar Rp2.164.834.500.000/tahun, belum termasuk potensi zakat mal, zakat usaha produktif, infak dan sedekah dari orang tua, masyarakat sekitar pesantren dan alumni pesantren, Ini angka yang sangat besar untuk penerima zakat (mustahik). Besarnya potensi ZIS yang diperoleh dapat dikatakan bahwa pesantren memiliki modal finansial untuk mendukung program pemberdayaan, yaitu pemberian modal usaha atau pinjaman untuk modal usaha merupakan upaya memenuhi kebutuhan masyarakat akan sumber dana finansial. Keberadaan modal finansial merupakan potensi agar program pembangunan yang dijalankan dapat bersifat berkelanjutan dan tidak membebani target sasaran penerima program (Adi 2007).

Maka dari itulah fungsi pesantren tidak hanya sebagai pusat pengkaderan pemikir-pemikir agama (*center of excellence*) yang mencetak sumber daya manusia (*human resource*), tetapi juga diharapkan menjadi lembaga yang dapat melakukan pemberdayaan pada masyarakat (*agent of development*) (BAZNAS, 2021), sebagai lembaga perantara yang diharapkan dapat menjadi dinamisator dan katalisator pemberdayaan sumberdaya manusia, penggerak pembangunan di segala bidang, termasuk di bidang ekonomi (Nadzir 2015).

Berdasarkan paparan di atas, menarik membahas pemberdayaan berbasis pesantren, dimana pemberdayaan tersebut menggambarkan sinergi antara bidang pendidikan, agama, ekonomi dan sosial untuk mengatasi kemiskinan di masyarakat, Pendekatan individualis pada strategi pembangunan sosial menyampaikan kesejahteraan masyarakat dapat diangkat ketika para individu berusaha mengangkat kesejahteraan melalui pembangunan usaha kecil, sehingga perekonomian akan tumbuh sesuai yang direncanakan dan meluas lewat usaha lokal mereka masing-masing, namun untuk mencapainya masyarakat miskin harus mampu berfungsi secara efektif dan bekerja dengan percaya diri dalam konteks budaya enterprise (Midgley 2005). Hubungan antara pemberdayaan dan budaya enterprise untuk masyarakat miskin dapat terimplementasi melalui kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial memiliki peran sebagai agen perubahan untuk membantu mengatasi permasalahan sosial di masyarakat, memiliki misi sosial yang tidak hanya mengejar keuntungan. sekaligus sebagai bentuk investasi dengan mengedepankan pertimbangan dampak yang diinginkan oleh masyarakat dan lingkungan, serta mempertimbangkan apakah suatu

investasi akan berdampak untuk membantu masyarakat memperoleh hasil finansial (Sartono & Sutrismi 2020). Kolaborasi pasar, negara, dan altruisme atau kesalehan sosial yang dilahirkan dari muatan nilai keagamaan dapat menjadi model strategi kewirausahaan sosial penanggulangan dampak bencana (Torrido 2021), sehingga sinergitas antar berbagai lembaga sebagai media untuk membangun social enterprise dalam menjaga keberlanjutan program sosialnya. Dengan demikian diharapkan melalui kewirausahaan sosial, maka keberadaan investasi di tengah masyarakat miskin dapat saling bersinergi dan maju bersama untuk membangun kesejahteraan masyarakat yang juga berdampak terhadap kemajuan pembangunan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dirumuskan beberapa pertanyaan yang dijawab melalui kajian pada makalah ini:

1. Bagaimanakah faktor-faktor memengaruhi pengembangan kewirausahaan sosial berbasis pesantren
2. Bagaimanakah dimensi-dimensi kemandirian pada diri penerima manfaat terbangun dari pengembangan kewirausahaan sosial berbasis pesantren

1.3 Tujuan

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan kewirausahaan sosial berbasis pesantren
2. Mengidentifikasi dimensi-dimensi kemandirian yang terbangun dari pengembangan kewirausahaan sosial berbasis pesantren

1.4 Novelty

Berdasarkan hasil penelusuran hasil-hasil penelitian, maka diketahui penelitian mengenai kewirausahaan sosial semakin berkembang untuk mengkokohkan konsepnya sebagai media untuk mewujudkan kesejahteraan sosial bagi masyarakat. Berdasarkan hal ini terdapat dua kebaruan yang ingin dihasilkan melalui kajian kewirausahaan sosial berbasis pesantren dalam membangun kemandirian penerima manfaat, yaitu:

1. Praktik kewirausahaan sosial pada lembaga keagamaan masih belum banyak ditemukan. Dengan demikian menarik untuk mengkajinya, sehingga dapat terlihat perbedaannya dengan lembaga-lembaga lain yang sama-sama menyelenggarakan kewirausahaan sosial.
2. Dimensi-dimensi kemandirian yang dihasilkan dan dapat bersifat jangka panjang untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pembangunan Sosial

Pembangunan sosial didefinisikan sebagai proses perubahan sosial yang terencana yang didesain untuk mengangkat kesejahteraan penduduk menyeluruh dengan menggabungkannya dengan proses pembangunan ekonomi yang dinamis (Midgley, 2005). Selanjutnya juga dijelaskan oleh Midgley bahwa di dalam proses pembangunan sosial, pembangunan ekonomi dan sosial membentuk dua sisi dari satu mata uang yang sama, sehingga pembangunan sosial tidak akan terjadi tanpa pembangunan ekonomi dan pembangunan ekonomi tidak akan berarti tanpa diiringi dengan peningkatan kesejahteraan sosial pada masyarakat secara menyeluruh.

Teori pembangunan sosial mengatur gagasan tentang pekerjaan makro ke dalam sebah sistem praktik untuk mengembangkan kekuatan dan ketahanan institusi sosial, terutama di komunitas lokal negara miskin sumber daya dan diberbagai daerah dengan cara memungkinkan komunitas miskin dan banyak kelompok tertekan di masyarakat agar mendapat bagian keuntungan dari pembangunan ekonomi, (Payne 2016). Pembangunan sosial adalah pengembangan kapasitas orang untuk bekerja secara berkelanjutan untuk kesejahteraan diri dan masyarakatnya, ditulis oleh Paiva (1977) dalam (Payne 2016). Penulis lainnya Jones dan Pandey (1981) dalam (Payne 2016) menekankan pada pengembangan institusi, pembangunan sosial mengarah pada proses perubahan institusi yang dirancang untuk membawa kecocokan yang lebih baik antara kebutuhan masyarakat dengan spirasi pada satu belah pihak dan antara kebijakan sosial dengan program sosial lainnya.

Terdapat 8 aspek pembangunan sosial yang dirumuskan oleh (Midgley 2005), yaitu:

1. Proses pembangunan manusia sangat terkait dengan pembangunan ekonomi.
2. Pembangunan sosial memiliki fokus berbagai macam disiplin ilmu yang berbeda
3. Konsep pembangunan sosial lebih menekankan kepada proses
4. Proses perubahan bersifat progresif
5. Proses pembangunan sosial bersifat kearah intervensi
6. Tujuan pembangunan sosial didukung dengan berbagai macam strategi
7. Pembangunan sosial bersifat inklusif atau universal
8. Tujuan pembangunan sosial adalah mengangkat kesejahteraan sosial

Tujuan pembangunan sosial menurut pandangan ESCAP adalah untuk pembangunan atau mengembangkan taraf hidup manusia, dengan demikian terdapat kesamaan pola gerak antara pembangunan sosial dan pembangunan yang berpusat kepada manusia, yaitu untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan memfokuskan pada pemberdayaan dan pembangunan manusia itu sendiri (Adi 2002).

Tiga strategi besar dalam pembangunan sosial (Midgley 2005), yaitu :

1. Pembangunan sosial melalui individu, di mana individu-individu dalam masyarakat secara swadaya membentuk usaha pelayanan masyarakat guna memberdayakan masyarakat. Pendekatan ini lebih mengarah pada pendekatan individualis atau perusahaan
2. Pembangunan sosial melalui komunitas, dimana kelompok masyarakat secara bersama-sama berupaya mengembangkan komunitas lokalnya. Pendekatan ini lebih dikenal dengan nama pendekatan komunitarian
3. Pembangunan sosial melalui pemerintah, dimana pembangunan sosial dilakukan oleh lembaga-lembaga di dalam organisasi pemerintah. Pendekatan ini dikenal dengan nama pendekatan statis.

Selain 3 strategi besar di atas, (Payne 2016) dalam bukunya merumuskan beberapa strategi pembangunan sosial yang disarikannya dari pandangan beberapa ahli, yaitu:

1. Strategi distributif, bertujuan untuk meningkatkan kesetaraan sosial di antara kelompok-kelompok secara nasional
2. Strategi partisipatif, bertujuan untuk mengadakan reformasi struktural dan institusional untuk melibatkan orang di dalam pengembangan dan perubahan sosial
3. Strategi pembangunan manusia, bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas masyarakat agar dapat bertindak sendiri dalam meningkatkan pengembangan ekonomi dan institusional di tempat mereka tinggal (Pandey 1981)
4. Penguatan kapasitas lebih dari sekedar pendidikan atau pengembangan pribadi bagi individu. meliputi:
 - Struktur, sistem dan peran di dalam organisasi yang terlibat
 - Staf dan pelatihan serta infrastruktur pengembangan pribadi
 - Keterampilan personel yang terlibat, termasuk sukarelawan dan anggota masyarakat
 - Peralatan, berupa fasilitas dan teknik (Potter dan Brough, 2004) dalam (Payne 2014)

2.2 Kewirausahaan Sosial

Social entrepreneurship atau kewirausahaan sosial adalah inisiatif yang inovatif, melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Kewirausahaan sosial adalah tindakan berinovasi dan mengenali masalah sosial dengan menggunakan prinsip kewirausahaan (Elisabeth & Megaria, 2020). Mempergunakan kaidah-kaidah bisnis dan memerlukan alat ukur untuk menarik investor dalam mengembangkan bisnis (Sofia 2015). Kewirausahaan sosial ikut mendiskusikan kegagalan pasar bisnis konvensional dan institusi sosial (Payne 2016). Hal yang hampir senada juga diungkapkan oleh (Arend 2021) kewirausahaan sosial sebagai teori yang berperan mengatasi kegagalan pasar dan sebagai proses perilaku. Kewirausahaan sosial memiliki misi sosial tidak hanya mengejar keuntungan tetapi tetap memperhatikan misi sosial yang memberikan dampak pada masyarakat, mengembangkan

bisnis untuk menghasilkan solusi inovatif bagi masalah sosial terbesar (Sartono & Sutrismi 2020). Di Indonesia, peran kewirausahaan sosial terhadap pembangunan Indonesia sangatlah berdampak besar bagi perekonomian karena dapat menyerap banyak tenaga kerja dan manusia yang berkualitas yang tidak mendapatkan peluang di sektor formal (Sofia 2015).

Konsep kewirausahaan sosial masih terus berkembang dengan menghadirkan berbagai komponen-komponen penting yang memengaruhi jalannya program kewirausahaan sosial yang dijalankan oleh suatu lembaga. Beberapa komponen dibahas oleh (Sofia 2015) meliputi, (1) tujuan atau misi kewirausahaan sosial adalah untuk membantu masyarakat di mana hasil yang ingin dicapai bukan keuntungan materi, melainkan gagasan yang dapat memberikan dampak baik bagi masyarakat. merupakan hal yang banyak dari hasil penelitiannya. (2) Pelaksanaan *social entrepreneurship* melibatkan berbagai ilmu pengetahuan dalam pengembangan dan dalam praktiknya di lapangan. (3) Alternatif kemitraan yang dapat dikembangkan oleh kewirausahaan sosial yakni kemitraan dengan institusi publik dan kemitraan dengan korporasi, dan (4) tantangan kewirausahaan sosial, banyak membahas isu *sustainability* (keberlanjutan) secara finansial dan kelembagaan. kebutuhan pada jaringan, perhatian dan kerjasama dengan berbagai pihak agar bisnis sosial bersifat berkelanjutan. Sementara (Elisabeth & Megaria 2020) lebih condong membahas modal dasar membangun kewirausahaan sosial yaitu komitmen untuk membuat perubahan sosial berdasarkan tujuan mulia, yang dapat ditinjau dari dua hal. Pertama mengacu kepada strategi menyebarkan permasalahan sosial di masyarakat berdasarkan pengaruh kekuatan sosial, penggunaan media sosial. Kedua, ditinjau dari fokus kewirausahaan sosial pengalaman yang dialami masyarakat, menjalin komunikasi serta membangun empati terhadap peristiwa yang dialami oleh masyarakat.

Penelitian pada aspek konteks juga banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti kewirausahaan sosial, salah satunya (Arend 2021), proposisi yang dihasilkan tentang bagaimana konteks (misalnya teori kelembagaan, teori sistem, keterikatan sosial, dan identitas sosial) dan target kegiatan kewirausahaan sosial berkembang bersama dalam sistem, secara aktif memengaruhi hasil yang diprakarsai oleh perilaku wirausahawan sosial. Masih membahas mengenai konteks

(Chatzichristos 2020) merumuskan konsep hibrida kewirausahaan institusional, melalui penggambaran pelembagaan bentuk organisasi baru, melalui tertanamnya logika institusional yang menopangnya. Bukti empiris menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial dapat memperoleh kembali keberlanjutan kelembagaan dengan menjadi melekat pada bidang legitimasi, politik dan wacana, dan melalui proses ini memperdebatkan kedekatan kelembagaan yang lebih luas.

Praktik kewirausahaan sosial yang dijalankan oleh suatu lembaga, dilakukan oleh para pelaku usaha yang menjalankan misi sosial dalam kegiatan bisnis yang dibangunnya. Berikut ini adalah peran pelaku yang menjalankan kewirausahaan sosial yang disebut sebagai wirausaha sosial. (Sartono & Sutrismi 2020) pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa kewirausahaan sosial memiliki peran sebagai agen perubahan dalam membantu masalah sosial dalam masyarakat, menggunakan kreativitas mereka untuk menemukan solusi atas masalah sosial. Peran pelaku wirausaha sosial mendorong masyarakat untuk lebih inovatif dan kreatif memanfaatkan peluang pemberdayaan dan mendorong peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. (Pratama 2019). Pembangunan inovasi dan kreativitas pada masyarakat penerima manfaat kewirausahaan sosial menekankan kepada pembangunan manusianya, sebagaimana yang dijelaskan oleh (Pirson *et al.* 2019), konteks kewirausahaan sosial dan layanan transformatif membantu menginformasikan pendekatan yang berpusat pada martabat terhadap inovasi, pemecahan masalah, dan pengorganisasian.

Wirausahawan sosial bertindak sebagai agen perubahan bagi masyarakat mengubah masyarakat menjadi lebih baik (Spicer *et al.* 2019). Wirausahawan sosial menjalankan peran sebagai agen perubahan di bidang sosial (Dees 2001), melalui cara:

- Mengadopsi misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (bukan hanya nilai pribadi),
- Mengenali dan tanpa henti mengejar kesempatan baru untuk melayani misi itu,
- Terlibat dalam proses yang berkelanjutan inovasi, adaptasi, dan pembelajaran,
- Bertindak berani tanpa dibatasi oleh sumber daya yang ada saat ini, dan

Menunjukkan akuntabilitas yang tinggi terhadap konstituen yang dilayani dan untuk mencapai hasilnya (Pratama 2019) pada penelitiannya menyebutkan pelaku wirausaha sosial mendorong munculnya gerakan sosial-politik lokal pelaku wirausaha sosial memiliki ikatan budaya yang kuat pada lokalitasnya. Keterkaitan ikatan budaya pada diri wirausaha sosial berpengaruh dalam pembangunan sumberdaya lokal khususnya pada konteks adat. Tradisi adat menurut (Lumpkin *et al.* 2013) dalam (Widjojo & Gunawan 2020) yang diwarisi dari satu generasi ke generasi berikutnya adalah sebuah pendorong kewirausahaan sosial yang kuat, karena ia muncul dari dalam dan menyediakan dirinya dengan potensi sosial, sumber daya lingkungan dan budaya yang bermanfaat sebagai potensi untuk mencapai perbaikan ekonomi. Hal ini dijelaskan oleh (Widjojo & Gunawan 2020) kewirausahaan sosial berbasis masyarakat adat menunjukkan tingkat kerjasama yang tinggi, adopsi masyarakat lokal dan keunggulan kompetitif yang memberikan dasar yang kuat untuk mempertahankan kemampuan, sehingga kewirausahaan sosial tidak hanya menawarkan solusi alternatif untuk masalah sosial tetapi juga menciptakan nilai bagi masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya dengan menjaga keharmonisan budaya. Namun sangat disayangkan peran tradisi adat di beberapa perusahaan sosial yang menjalankan kewirausahaan sosial masih menjadikannya sebagai alternatif pendekatan bagi berbagai pemangku kepentingan untuk mengembangkan inisiatif tersebut.

Konsep kewirausahaan sosial juga membahas konsep perusahaan sosial sebagai institusi yang menyelenggarakannya. berikut ini penjelasan (Payne 2016) tentang perusahaan sosial sebagai sebuah elemen baru yang penting dalam teori pembangunan sosial dan digunakan di negara-negara barat yang maju, dan di negara miskin sumber daya, dengan cara mengembangkan layanan baru dan menciptakan layanan sektor umum, layanan non profit atau saling membantu, perusahaan sosial membuat bisnis yang mencari keuntungan. Terdapat beberapa aspek penting dari perusahaan sosial menurut Payne, yaitu:

1. Karakteristik utama, terdiri atas 3 komponen, yaitu:
 - Tujuan bisnis menggabungkan tujuan sosial sebagai prioritas penting.
 - Laba diatur ulang guna mendukung tujuan sosial, daripada sekedar dibayar sebagai deviden wirausaha.

- Membangun bisnis daripada layanan amal atau umum, wirausaha menolak otoritas dan mengatur arah perubahan individu atau sosial sesuai keinginan pengguna Ashton (2010).
2. Keuntungan perusahaan sosial yang didapat akan memberikan kebebasan dari pengaturan oleh pemerintah atau pemberi dana amal yang sering mewakili kepentingan elit sosial.
 3. Pendekatan sosial menggunakan pendekatan keuangan mikro guna mengurangi kemiskinan.

Berdasarkan topik penelitian yaitu kewirausahaan sosial berbasis pesantren, sehingga definisi kewirausahaan sosial yang digunakan pada kajian ini adalah kewirausahaan sosial sebagai perusahaan sosial yang mengembangkan layanan berdasarkan misi sosial perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan tetapi tetap memperhatikan misi sosial yang memberikan dampak pada masyarakat, mengembangkan bisnis untuk menghasilkan solusi inovatif bagi masalah sosial yang berpusat pada martabat terhadap inovasi, pemecahan masalah, dan pengorganisasian, yang ditinjau dari misi sosial, pengaturan laba, pendekatan sosial, dan agen perubahan.

2.3 Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan berupaya menolong klien memperoleh kekuasaan dan kehidupan mereka sendiri dengan mengurangi efek dari hambatan-hambatan sosial atau personal agar dapat menggunakan kekuasaan yang mereka miliki, meningkatkan kapasitas dan kepercayaan diri mereka untuk menggunakan kekuasaan dan mentransfer kekuasaannya kepada orang-orang yang lemah (Payne 2016). Pemberdayaan masyarakat harus dipandang sebagai upaya untuk mempercepat dan memperluas upaya penanggulangan kemiskinan di desa/kelurahan miskin melalui koordinasi bermacam kebijaksanaan, program dan kegiatan pembangunan, baik di tingkat pusat maupun di daerah dan pemberian modal sehingga secara efektif akan berdampak besar terhadap penanggulangan kemiskinan, dengan mendorong, memberi motivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya (Sumodiningrat 1996). Pemberdayaan akan meningkatkan produktivitas individu, melalui upaya yang memberikan kemampuan sekaligus kesempatan kepada masyarakat untuk berperan aktif dalam proses pembangunan. Dan

hasilnya adalah kesadaran bakat/kemampuan serta keterampilan yang masih terpendam, kemandirian dan komitmen. sebagai aset individu yang dapat dioptimalkan dalam proses pembangunan (Sumaryadi 2004).

Unsur utama dari proses pemberdayaan masyarakat adalah pemberian kewenangan dan pengembangan kapasitas masyarakat bagi masyarakat marginal, agar mereka keluar dari kondisi yang *powerless* (Soetomo 2011). Pemberdayaan dapat dilihat sebagai program ataupun sebagai proses (Adi 2002), sebagai berikut:

- Pemberdayaan sebagai program dapat dilihat dari tahapan kegiatan untuk mencapai tujuan yang biasanya sudah ditentukan jangka waktunya.
- Pemberdayaan sebagai suatu proses adalah proses yang berkesinambungan (*on going*) sepanjang komunitas itu masih ingin melakukan perubahan dan perbaikan, dan tidak hanya terpaku pada suatu program saja.

Peran serta masyarakat pada pemberdayaan menuntut adanya kesiapan masyarakat sebagai human aset), sehingga memungkinkan keterlibatan mereka dalam proses perencanaan dengan pendekatan *bottom up* (Sumaryadi 2004), melalui tahapan berikut ini:

- a. Data dikumpulkan, dikaji, dan dicoba secara langsung masyarakat.
- b. Pemecahan masalah sudah langsung dapat dicoba selama berlangsungnya proses tersebut.
- c. Menjadi meningkat penghargaan atas masalah yang dihadapi para *stakeholder*, konteks kebudayaan, serta perubahan kondisi.
- d. Kelemahan dan kekuatan langsung dipahami oleh masyarakat yang ikut dalam proses.
- e. Semakin meningkat motivasi masyarakat untuk berpartisipasi, dalam pengambilan keputusan lantaran mereka memahami masalah yang dihadapi.

Upaya memberdayakan masyarakat harus dilakukan melalui 3 tahapan (Sumodiningrat 1996).

- a. Pertama, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan masyarakat berkembang, dengan penekanan bahwa setiap individu memiliki potensi yang dapat dikembangkan.
- b. Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat, melalui penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses kepada berbagai peluang yang akan membuat masyarakat menjadi makin dalam memanfaatkan peluang.
- c. Ketiga, memberdayakan mengandung arti melindungi, sehingga dalam proses pemberdayaan harus di cegah yang lemah menjadi bertambah lemah.

Terdapat beberapa tahapan pemberdayaan yang dirumuskan oleh (Adi, 2002), dimulai dari tahapan *engagement*, pengkajian (*assessment*), perencanaan program (*designing*), implementasi, evaluasi hingga disengagement. Implementasi tahapan ini berbentuk siklus dan spiral sehingga memungkinkan agen perubah untuk kembali ke tahapan sebelumnya untuk menyempurnakan program. Dengan demikian menurut Adi, program pemberdayaan masyarakat tidak bersifat kaku, tetapi lebih merupakan suatu program pemberdayaan yang bersifat fleksibel dan berusaha untuk tanggap atas perubahan dan kebutuhan yang berkembang pada komunitas sasaran.

Berdasarkan rangkaian teori diatas maka disimpulkan pemberdayaan masyarakat yang dipergunakan pada kajian ini adalah pemberdayaan sebagai program dan proses, sebagai upaya penanggulangan kemiskinan dengan meningkatkan kapasitas, produktivitas dan kepercayaan diri melalui pemberian kemampuan sekaligus kesempatan kepada masyarakat untuk berperan aktif, yang ditinjau dari tahapan pelaksanaannya yaitu *engagement*, pengkajian (*assessment*), perencanaan program (*designing*), implementasi, evaluasi dan *disengagement*.

2.4 Pembangunan Kapasitas

Kapasitas dapat dilihat dari daya kemampuan kognitif, psikomotorik, afektif dan konatif, serta sumber daya lain yang bersifat fisik/material, namun untuk menghasilkannya proses pemberdayaan harus dilakukan

secara berkesinambungan dengan mengoptimalkan partisipasi masyarakat secara bertanggung jawab (Sumardjo *et al.* 2014). Pengembangan kapasitas membutuhkan stimulus dari pihak external, namun demikian dengan pendekatan pemberdayaan merupakan bagian dari proses pengembangan kapasitas masyarakat, maka stimulus dari luar tidak boleh berlebihan dan membutuhkan pendekatan dan metode yang dapat dipertanggungjawabkan, agar prinsip *help the people to help themselves* dapat diwujudkan (Soetomo 2011). Kebutuhan akan dukungan dari lembaga eksternal juga disampaikan oleh (Adi 2002), bahwa keberadaan donor eksternal tidak jarang dapat menjadi alternatif dalam mengembangkan atau memberdayakan suatu daerah, asalkan bisa disinkronkan dengan alur gerak dari lembaga-lembaga yang menjalankan pembangunan di wilayah tersebut.

Kapasitas adalah daya-daya atau kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk dapat menetapkan tujuan program beserta tahapan-tahapan kegiatannya secara benar dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara tepat. Tingkat kapasitas yang dimiliki individu mencakup perilaku kemampuan teknis, kemampuan manajerial dan kemampuan sosial (Suryani 2021).

Pengembangan kapasitas membutuhkan stimulus dari pihak external. Untuk kondisi yang ideal, masuknya stimuli eksternal sebaiknya atas permintaan masyarakat sendiri sesuai kebutuhan dan perencanaan yang mereka buat (Soetomo 2011). Hal ini mengacu kepada dua prinsip dasar agar stimulus dari pihak luar dapat efektif.

1. Stimulus eksternal harus dapat berfungsi sebagai instrumen untuk menggali dan mengaktualisasikan potensi dan modal sosial dalam masyarakat. Semakin teraktualisasinya modal sosial yang menjadi energi sosial maka mampu menggerakkan tindakan bersama masyarakat. Semakin bersinergy sosial yang dapat digali dan diaktualisasikan, maka masyarakat semakin mempunyai energi internal untuk menggerakkan roda pembangunannya.
2. Pendekatan yang dipergunakan yang digunakan dalam memberikan stimulus harus sesuai dengan kapasitas kelembagaan. Semakin meningkat kapasitas kelembagaan dalam masyarakat, semakin berkurang proporsi stimulus eksternal yang diberikan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pengertian pengembangan kapasitas yang dipergunakan pada kajian adalah pengembangan stimulus dari luar yang dilakukan tidak secara berlebihan dengan metode yang dapat dipertanggungjawabkan, untuk membangun kemampuan teknis, manajerial dan sosial, yang dapat dinilai dari daya kemampuan kognitif, psikomotorik, afektif dan konatif pada diri penerima manfaat program.

2.5 Kemandirian

Memberdayakan adalah meningkatkan kemampuan dan meningkatkan kemandirian masyarakat menurut (Sumodiningrat 1996), maka dari itu penanggulangan kemiskinan perlu dilakukan secara bertahap, terus menerus dan terpadu yang didasarkan pada kemandirian, yaitu peningkatan kemampuan penduduk miskin untuk menolong diri mereka sendiri upaya kemandirian ini menurut Sumodiningrat melalui pemberian kesempatan yang luas bagi komunitas miskin untuk melakukan kegiatan sosial ekonomi yang produktif sehingga mampu menghasilkan nilai tambah yang lebih tinggi dan pendapatan yang lebih besar. Pemberian kesempatan dan peningkatan kemampuan menyangkut kemudahan untuk memperoleh sumber daya, mendayagunakan kemajuan teknologi, memanfaatkan pasar secara terus menerus, serta mendapatkan layanan dari berbagai sumber pembiayaan.

Kemandirian petani dalam mengelola usahatani dapat ditinjau pada aspek modal/keuangan, produksi, dan aspek pemasaran, dimana faktor pengalaman usaha, pendidikan non formal, skala usaha, dan hubungan kemitraan memengaruhi petani dalam mengembangkan usahatannya (Sucitayasa *et al.* 2018). Kemandirian adalah puncak dari keberdayaan seseorang, yang merupakan proses perkembangan tingkat keberdayaan dari yang paling tidak berdaya (*dependent*), menjadi berdaya (*independent*) dan puncaknya menjadi mandiri (*interdependent*), Mewujudkan kemandirian (*interdependent*) individu dengan memperkuat daya saring (wawasan luas, cerdas dan bermoral), daya saing (efektif, efisien dan bermutu dalam mengelola usaha atau sumber daya), dan daya sanding (kemampuan bermitra, bersinergi dalam kemitraan, saling percaya dan saling memperkuat) (Sumardjo 2019).

Bentuk-bentuk kemandirian ekonomi yang dilahirkan dari proses kewirausahaan sosial, mengacu kepada kemandirian pada kajian ini ditinjau dari aspek daya saring, daya saing, dan daya sanding.

2.6 Pesantren

Pesantren berperan dalam transformasi masyarakat untuk menjadi lebih berdaya dan mandiri dengan mengembangkan potensi untuk melakukan pemberdayaan, dan untuk mencapainya maka pesantren harus mandiri secara ekonomi agar dapat memberdayakan umat secara otonom (Islami & Suhud 2020). Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat oleh pesantren dilandasi oleh tiga motif, (Nadzir 2015):

Pertama, motif keagamaan, karena kemiskinan bertentangan dengan etika sosial ekonomi Islam. Kedua, motif sosial, karena kyai juga seorang pemimpin yang harus mengatasi krisis ekonomi setempat. Ketiga, motif politik, karena pemegang kekuasaan setempat mempunyai kepentingan-kepentingan pribadi pada tingkat mikro dan makro. Pondok pesantren dalam fungsinya melayani masyarakat, dapat pula dilihat dari upayanya dalam melayani masyarakat, terutama kebutuhan untuk menanggapi persoalan-persoalan kemiskinan, memberantas kebodohan, menciptakan kehidupan yang sehat dan sebagainya.

Penerapan kewirausahaan sosial di pesantren menurut (Reginald & Mawardi, 2014) dari hasil penelitiannya di Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan, dapat diketahui melalui kemandirian prinsip, baik mandiri secara prinsip pendidikan salaf maupun mandiri secara ekonomi dari keinginan civitas melalui inovasi pembentukan lembaga kewirausahaan sosial yaitu koperasi pesantren, pustaka, buletin, BMT, BPRS dan koperasi agribisnis. Lembaga-lembaga tersebut didirikan berdasarkan gagasan dan peran masyarakat sipil masyarakat Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan untuk mempertahankan kegiatan ekonomi, yaitu kewajiban menyampaikan nilai-nilai Islam (dakwah), bisnis, dan memberikan nilai-nilai sosial bagi masyarakat sekitar.

Berdasarkan uraian di atas, maka pengertian pesantren pada kajian ini adalah pesantren yang menyelenggarakan pemberdayaan masyarakat untuk menjadikan masyarakat berdaya dan mandiri, yang dipengaruhi oleh motif keagamaan, motif sosial dan motif politi, serta adanya lembaga kewirausahaan sosial yang mendukung upaya pemberdayaan masyarakat sekitar.

3. Karakteristik Individu Pelaku Wirausaha Sosial

Terdapat faktor-faktor internal individu yang memengaruhi kemampuan pelaku wirausaha sosial dalam menjalankan perannya sebagai agen perubahan, yaitu faktor motivasi, pendidikan, eksposur global, pengalaman kerja, kreativitas, empati, akar komunitas dan kepuasan, transendensi-diri, memiliki ide-ide unik dan inovasi untuk memecahkan masalah, inspirasi dan pengalaman pribadi memotivasi seseorang untuk menjadi pelaku wirausahawan sosial adalah karakteristik utama dari wirausahawan sosial, dan menjadi kategori profil wirausahaan sosial menurut (Pangriya 2019). Selain dari faktor internal individu, ikatan budaya turut mewarnai kapasitas para pelaku wirausaha sosial dalam menjalankan aktivitas misi sosialnya. Terdapat tiga kriteria wirausahawan sosial yang memengaruhi keberhasilan kewirausahaan sosial menurut (Choi & Chang 2020). Pertama, semakin muda, berpendidikan tinggi, atau dari universitas yang lebih bergengsi wirausahawan sosial, semakin baik kinerja sosial yang ditunjukkan oleh usaha sosial mereka. Kedua, pengusaha sosial yang lebih muda, berpendidikan tinggi, atau dari universitas yang lebih bergengsi, menunjukkan kinerja komersial yang lebih baik dari usaha sosial mereka. Ketiga, ketika wirausahawan sosial dengan pengalaman sosial sebelumnya. Payne (2016) mengutip dari Clark (2009), menuliskan 12 kemampuan wirausaha sosial, yang tertera pada tabel di bawah ini:

Tabel 1 Kemampuan Wirausaha Sosial

Kemampuan	Penjelasan
Dedikasi	Komitmen terhadap tujuan atau maksud sosial
Fokus	Membeda-bedakan antara kegiatan yang mungkin dilakukan berdasarkan sejauhmana mereka berkontribusi untuk tujuan tersebut
Orientasi keuntungan	Mengenal dengan jelas capaian untuk partisipasi potensial yang berbeda sebagai bagian dari sasaran yang tepat
Pengendalian Ego	Keinginan untuk menciptakan sebuah perubahan yang dikenali orang lain, melalui kesadaran akan kekuatan diri sendiri dan pandangan orang lain terhadap anda
Keadaan yang mendesak	Tidak membuang waktu, ingin melakukan tindakan segera

Tabel 1 Kemampuan Wirausaha Sosial (lanjutan)

Kemampuan	Penjelasan
Keberanian	Tabah ketika menghadapi masalah
Aktivator	Menginginkan sesuatu agar terjadi, khususnya ketika kemajuan berjalan lamban atau berhenti
Kesempatan	Melihat kemungkinan daripada rintangan
Kreativitas	Berbicara tentang gagasan, kesempatan dan solusi
Orientasi keahlian	Sabar akan batasan diri dan perlunya menemukan orang lain yang ahli untuk berkontribusi
Tim	Mengumpulkan orang-orang yang tepat
Melihat kondisi individu	Melihat dan menggunakan kekuatan orang lain

Dari 12 kemampuan di atas, kemampuan fokus, orientasi keuntungan, pengendalian ego, dan kreativitas merupakan komponen paling penting yang perlu dimiliki oleh wirausaha sosial.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pada kajian ini karakteristik individu pelaku wirausaha sosial meliputi umur, pendidikan, motivasi, kreativitas, inovasi, empati, dan pengalaman, memengaruhi kegiatan wirausahaan sosial.

3.1 Kerangka Pemikiran

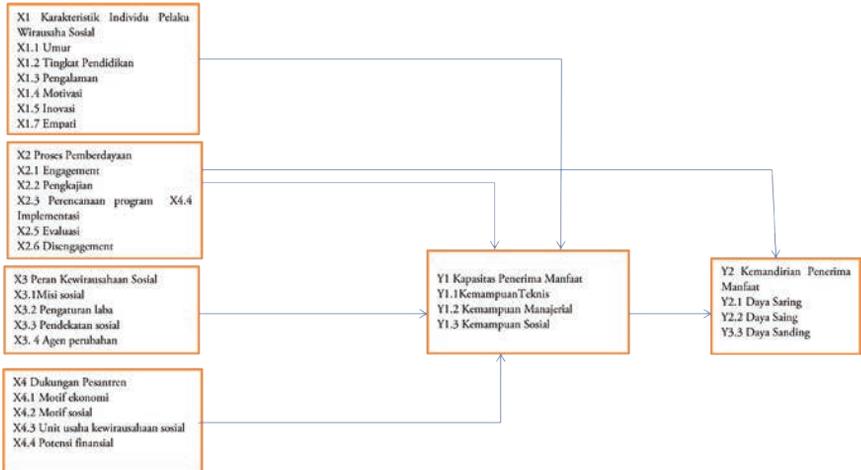
Faktor-faktor yang sudah terpilih secara parsial maupun simultan diduga mempunyai kontribusi dan korelasi yang kuat dalam mendukung kewirausahaan sosial berbasis pesantren dalam membangun kemandirian petani penerima manfaat. Secara sistematis hubungan masing-masing faktor disajikan pada Gambar 1.

3.2 Hipotesa Kajian

Berdasarkan kerangka analisis penelitian yang dibangun secara deduktif dari teori-teori dan konsep-konsep obyektif dalam tinjauan pustaka, maka diajukan beberapa hipotesis kajian sebagai berikut:

1. Karakteristik individu pelaku usaha, proses pemberdayaan, peran kewirausahaan sosial dan dukungan pesantren berpengaruh nyata terhadap peningkatan keberdayaan penerima manfaat.

2. Karakteristik individu pelaku usaha, proses pemberdayaan, peran kewirausahaan sosial dan dukungan pesantren dan kapasitas penerima manfaat berpengaruh nyata terhadap kemandirian penerima manfaat kewirausahaan sosial berbasis pesantren.



Gambar 1 Kerangka operasional kajian kewirausahaan sosial berbasis pesantren dalam membangun kemandirian penerima manfaat

3.3 Metode Kajian

Metode yang dipergunakan pada kajian ini mempergunakan survei literatur untuk mengumpulkan buku maupun artikel-artikel penelitian, disertai yang relevan dengan tujuan kajian. Survei literatur merupakan dokumentasi dari tinjauan menyeluruh terhadap karya publikasi dari sumber sekunder dalam bidang minat khusus bagi peneliti (Sekarang 2006). Lebih lanjut juga dijelaskan tujuan dari tinjauan literatur adalah untuk memastikan bahwa tidak terlewatkannya suatu variabel penting di masa lalu yang telah ditemukan oleh peneliti lainnya yang berkaitan dengan bidang masalah yang diteliti.

Sumber literatur khususnya artikel maupun *ebook* yang dipergunakan pada kajian ini diperoleh melalui penelusuran mempergunakan *google scholar*, *science direct*, *proquest*, dan lain-lain. Kajian ini dimulai dengan mengumpulkan beragam artikel penelitian mengenai kewirausahaan sosial untuk bisa menemukan ide atau gagasan dari hasil penelitian

yang menggambarkan praktik kewirausahaan sosial baik di Indonesia maupun di Negara lainnya. Hasil dari setiap penelitian tersebut kemudian dianalisa keterkaitannya maupun keterbatasannya, yang kemudian dihubungkan melalui variabel-variabel kajian untuk menghasilkan sintesis pada konsep yang dikaji.

4. Pembahasan

Kewirausahaan sosial sebagai upaya pengentasan kemiskinan pada masyarakat marjinal melalui sinergi antara pembangunan ekonomi dan sosial selaras dengan pengertian pembangunan sosial, yang didefinisikan oleh (Midgley 2005) pembangunan ekonomi dan sosial membentuk dua sisi dari satu mata uang yang sama, pembangunan sosial tidak akan terjadi tanpa pembangunan ekonomi dan pembangunan ekonomi tidak akan berarti tanpa diiringi dengan peningkatan kesejahteraan sosial pada masyarakat secara menyeluruh. Sehingga dengan membangun kemampuan pada diri penerima manfaat sebagai faktor sosial, maka mereka akan menjadi individu-individu yang mandiri dalam mengembangkan usahanya sehingga pada akhirnya akan berdampak kepada pembangunan ekonomi.

Kajian ini menggambarkan karakteristik individu pelaku wirausaha sosial berpengaruh untuk membangun kapasitas dan kemandirian penerima manfaat, hal ini dapat dilihat pada artikel yang ditulis oleh inspirasi dan inovasi untuk memecahkan masalah, inspirasi lahirkan oleh kreativitas, rasa empati motivasi dan pendidikan para pelaku wirausaha sosial (Pangriya 2019). Proses pemberdayaan menyerupai siklus berputar pada kewirausahaan sosial, dipraktikkan oleh Lembaga Agriculture Entrepreneur kepada kelompok tani penerima manfaatnya, berhasil untuk menambah pengetahuan dan membentuk keterampilan pada bidang pertanian (Yuliska 2018) Faktor transformasi pesantren sebagai lembaga wirausaha sosial yang ditinjau dari keberadaan unit-unit usaha sebagai penciri dari keberadaan perusahaan sosial dicontohkan oleh pesantren Sidogiri di Pasuruan (Reginald & Mawardi 2014) mendirikan koperasi agribisnis, BMT, bulletin sebagai media untuk menyebarkan informasi, terdapat juga lembaga LM3 yang dimiliki oleh pesantren Al Ittifaq yang bermitra dengan komunitas dampingannya (Fauroni 2011) menandakan kesiapan pesantren untuk mengimplementasikan UU (UU RI No 18 Tahun 2019, 2019) pasal 43

disebutkan pesantren menyelenggarakan fungsi pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan Pesantren dan masyarakat. Faktor kewirausahaan sosial sebagai agen perubahan dituliskan oleh (Sartono & Sutrismi 2020), (Pratama 2019), dan (Pirson *et al.* 2019) pada hasil penelitiannya. Keberadaan peran pelaku wirausaha sosial sebagai agen perubahan merupakan titik sentral bagi keberhasilan pengentasan kemiskinan. Hal ini mengacu pada pendapat (Spicer *et al.* 2019) wirausahawan sosial bertindak sebagai agen perubahan bagi masyarakat mengubah masyarakat menjadi lebih baik. Kemandirian sebagai hasil dari kewirausahaan berbasis pesantren, hal ini selaras dengan temuan penelitian (Firdaus 2014) bahwa pendekatan program kewirausahaan sosial berorientasi pada kemandirian ekonomi masyarakat.

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap terbangunnya kemandirian, dipengaruhi oleh variable karakteristik individu pelaku wirausaha sosial, peran kewirausahaan sosial yang dijalankan, proses pemberdayaan sebagai media pembangunan dan dukungan pesantren membentuk kapasitas penerima manfaat sebagai pelaku usaha yang dituju oleh pada wirausahawan sosial. Sehingga setelah kapasitas terbangun diharapkan dapat membentuk karakter mandiri pada penerima manfaat sebagai pelaku-pelaku usaha di bidangnya masing-masing. Kemandirian yang dihasilkan oleh karakteristik individu pelaku wirausaha sosial, peran kewirausahaan sosial yang dijalankan, proses pemberdayaan dan dukungan pesantren, melalui pembangunan kapasitas, dapat diartikan sebagai hubungan tidak langsung. Namun demikian tidak menutup kemungkinan hubungan antara variabel proses pemberdayaan dapat berpengaruh secara langsung membentuk kemandirian pada diri penerima manfaat. Hal ini dikarenakan melalui pemberdayaan terjadi proses pemberian kesempatan bagi penerima manfaat untuk mengeksplorasi beragam potensi yang dimiliki lingkungan maupun dirinya mempergunakannya sebagai asset pembangunan diri membentuk perilaku baru yang mandiri dan siap untuk bersaing dalam dunia usahanya.

2. Dimensi-dimensi kemandirian yang hadir sebagai dampak jangka panjang yang dilahirkan dari program kewirausahaan berbasis pesantren meliputi kemampuan atau daya saring yang sangat berperan dalam membuat keputusan, daya saing di dunia usaha, daya sanding berupa kepercayaan diri untuk menempatkan diri sebagai pelaku-pelaku usaha yang akan membangun kemitraan usaha dengan banyak pihak.

5.2 Saran

Peran pesantren sebagai pelaku wirausaha memiliki keunikan, karena dibangun berdasarkan potensi lokal. Namun kajian ini memiliki keterbatasan untuk menggali lebih dalam faktor nilai keislaman, yang tentunya dapat memberikan warna bagi praktik kewirausahaan sosial berbasis lembaga keagamaan, karena pesantren sebagai lembaga pendidikan yang juga sekaligus lembaga keagamaan tentunya memiliki distingsi dengan lembaga-lembaga kewirausahaan sosial lainnya.

Daftar Pustaka

- Adi, I. R. (2002). *Pemikiran-Pemikiran Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. FE Universitas Indonesia.
- Adi, I. R. (2007). *Perencanaan Partisipatoris Berbasis Aset Komunitas* (pertama). Fisip UI Press.
- Arend, R. J. (2021). Modelling Social Entrepreneurship: Consideration of the Reacting Forces. *Journal of Social Entrepreneurship*, 12(3), 399–416. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1718744>
- BAZNAS, P. (2021). *PEMBERDAYAAN ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH BERBASIS PESANTREN*. BAZNAS. <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1619-pemberdayaan-zakat-infak-dan-sedekah-berbasis-pesantren>
- Chatzichristos, G. (2020). Social Entrepreneurship and Institutional Sustainability : Insights from an Embedded Social Enterprise. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 31(3), 484–493. <https://doi.org/10.1007/s11266-019-00188-3>
- Choi, Y., & Chang, S. (2020). The effect of social entrepreneurs' human capital on and firm performance: The moderating role of specific human capital. *Cogent Business and Management*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1785779>
- Dees, J. G. (2001). [Reformatted and revised] *The Meaning of "Social Entrepreneurship."* 1–5. https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deес_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf

- UU RI No 18 TAHUN 2019, Pub. L. No. 18 TAHUN 2019 (2019).
- Elisabeth, R. S., & Megaria, D. (2020). *KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DIBALIK PANDEMI COVID-19: PENELUSURAN PROFIL DAN STRATEGI BERTAHAN*. 6.
- Fathoni, M. A., & Rohim, A. N. (2019). Peran pesantren dalam pemberdayaan ekonomi umat di Indonesia. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE)*, 2, 133–140.
- Fauroni, R. L. (2011). MODEL PEMBERDAYAAN EKONOMI ALA PESANTREN AL-ITTIFAQ RANCABALI KAB. BANDUNG. *INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 5(1), 1–17.
- Firdaus, N. (2014). Pengentasan Kemiskinan melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 22(1), 55–67. <https://doi.org/10.14203/JEP.22.1.2014.69-81>
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2008). *Community Development : Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi* (1st ed.). Pustaka Pelajar.
- Islami, I., & Suhud, M. A. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pondok Pesantren: Studi Kasus di Pesantren Joglo Alit*. 4(1), 1–26. <https://doi.org/10.14421/jpm.2020.041-01>
- Midgley, J. (2005). *Pembangunan Sosial Perspektif Pembangunan dalam Kesejahteraan Sosial*.
- Nadzir, M. (2015). Membangun pemberdayaan ekonomi di pesantren. *Conomica*, VI, 37–56.
- Pangriya, R. (2019). Hidden aspects of social entrepreneurs' life: a content analysis. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0199-6>
- Payne, M. (2016). *Toeri Pekerjaan Sosial Modern* (F. N. dan M. S. Nainggolan (ed.); 4th ed.). Samudra Biru.
- Pirson, M., Vázquez-Maguirre, M., Corus, C., Steckler, E., & Wicks, A. (2019). Dignity and the Process of Social Innovation: Lessons from Social Entrepreneurship and Transformative Services for Humanistic Management. *Humanistic Management Journal*, 4(2), 125–153. <https://doi.org/10.1007/s41463-019-00071-9>
- Pratama, D. R. (2019). Peran Kewirausahaan Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat: Tiga Cerita dari Kutai Timur. *Indonesian Journal of Anthropology*, 4(November), 115–129.
- Reginald, A. R., & Mawardi, I. (2014). KEWIRAUSAHAAN SOSIAL PADA PONDOK PESANTREN SIDOGIRI PASURUAN. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terdepan*, vol 1(5), 333–345. <https://doi.org/doi.org/10.20473/vol1iss20145pp333-345>
- Sartono, S., & Sutrismi, S. (2020). Kewirausahaan; Kewirausahaan Komersial dan Sosial. *Jurnal Benefit*, 7(2), 94–102.

- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* (4th ed.). Salemba Empat.
- Soetomo. (2011). *Pemberdayaan Masyarakat: Mungkinkah Muncul Antitesisnya* (cetakan 1). Pustaka Pelajar.
- Sofia, I. P. (2015). KONSTRUKSI MODEL KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (SOCIAL ENTREPRENEURSHIP) SEBAGAI GAGASAN INOVASI SOSIAL BAGI PEMBANGUNAN PEREKONOMIAN. *Wdyakala Journal*, 2 No 2. http://www.ojs.upj.ac.id/index.php/journal_widya/article/view/7
- Spicer, J., Kay, T., & Ganz, M. (2019). Social entrepreneurship as field encroachment: How a neoliberal social movement constructed a new field. *Socio-Economic Review*, 17(1), 195–227. <https://doi.org/10.1093/ser/mwz014>
- Sucitayasa, I. W., Darmawan, D. P., & Ustriyana, I. N. G. (2018). Kemandirian Petani dalam Mengelola Usahatani Sayuran di Kota Denpasar. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 7(1), 91. <https://doi.org/10.24843/jaa.2018.v07.i01.p10>
- Sumardjo. (2019). *Sinergi Penyuluhan Dan Komunikasi Pembangunan Di Era Komunikasi Digital Dalam Mewujudkan Kesejahteraan*.
- Sumardjo, Firmansyah, A., Dharmawan, L., & Wulandari, Y. P. (2014). IMPLEMENTASI CSR MELALUI PROGRAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT: Inovasi Pemberdayaan Masyarakat. In *Care.Ipb.Ac.Id*. <http://care.ipb.ac.id/wp-content/uploads/2019/11/E-book-inovasi-pemberdayaan-masyarakat.pdf>
- Sumaryadi, I. N. (2004). *Perencanaan Pembangunan daerah Otonom & Pemberdayaan Masyarakat*. Citra Utama.
- Sumodiningrat, G. (1996). *Memberdayakan Masyarakat*. Penakencana Nusadwipa.
- Suryani. (2021). *Kapasitas Pengelola Gang Hijau Dalam Mendukung Keberlanjutan Program Ruang Terbuka Hijau Di Jakarta*. IPB.
- Torriddo, A. (2021). Penanganan Dampak Sosial dan Ekonomi Akibat Pandemi Covid 19. *Jurnal PKS*, 20(1), 80.
- Widjojo, H., & Gunawan, S. (2020). Indigenous Tradition: An Overlooked Encompassing-Factor in Social Entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(1), 88–110. <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1579752>
- Yuliska. (2018). *Model Kewirausahaan Sosial di Lembaga Agriculture Entrepreneur Clinics*. 2(1), 157–176. <https://doi.org/10.14421/jpm.2018.021-08>

Kajian Kapasitas Petani dalam Pembangunan Perkebunan

Henny Sulistyorini

Ikhtisar

Sub sektor perkebunan memiliki peran strategis sebagai penyedia pangan nasional, pencipta devisa melalui ekspor dan penyerap tenaga kerja. Lebih dari 90% luas lahan perkebunan di Indonesia selain kelapa sawit dikelola oleh rakyat (Perkebunan Rakyat/PR) dengan luas lahan 15,55 juta hektare. Perkebunan rakyat menghadapi berbagai permasalahan baik aspek hulu maupun hilir yaitu (1) banyaknya tanaman yang sudah tua dan rusak, (2) rendahnya produktivitas tanaman, (3) lemahnya penguasaan teknologi budidaya, pascapanen, dan pengolahan, (4) rendahnya nilai tambah, dan (5) keberlanjutan usaha yang rendah. Kebijakan pembangunan perkebunan diarahkan untuk mengatasi semua persoalan yang terjadi. Dalam upaya mencapai tujuan dan keberlanjutan pembangunan perkebunan, diperlukan petani perkebunan yang berkapasitas baik. Kajian ini bertujuan mengetahui tingkat kapasitas petani perkebunan rakyat dan faktor-faktor yang memengaruhinya, serta peran kapasitas petani perkebunan terhadap keberlangsungan dan keberlanjutan pembangunan perkebunan di Indonesia. Kajian dilakukan dengan metode *systematic literature review*. Hasil penelusuran literatur menunjukkan bahwa kapasitas petani memiliki peran penting dalam pencapaian tujuan pembangunan perkebunan. Tingkat kapasitas petani perkebunan akan memengaruhi tingkat pengelolaan usahanya. Kapasitas petani dipengaruhi oleh faktor karakteristik individu dan faktor eksternal. Penyuluhan merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan kapasitas petani sebagaimana filosofi penyuluhan ialah menolong individu, keluarga, kelompok dan masyarakat memecahkan permasalahan yang dihadapi.

Kata Kunci: Kapasitas, Perkebunan, Kelapa, Perkebunan Berkelanjutan

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah perkebunan Indonesia dimulai sejak penjajahan Belanda pada abad ke-18. Belanda, memerlukan komoditi perkebunan untuk bahan baku industri. Berbagai kebijakan diterapkan untuk menghasilkan komoditi perkebunan yang murah misalnya dengan partikelir, *landrente*, sampai tanam paksa. Kebijakan tersebut memaksa rakyat menanam tanaman bahan baku industri seperti kopi, kakao, kelapa, rempah-rempah dengan benih yang dibawa penjajah dengan aturan yang sangat ketat (Kusmiadi 2000). Peran strategis perkebunan sebagai penyedia bahan baku industri berlangsung hingga saat ini dan berkembang sebagai penyedia pangan nasional (tebu dan kelapa sawit), penyumbang devisa dan penyerap tenaga kerja (Ditjen Perkebunan, 2021). Berdasarkan data BPS, lebih dari 90% komoditi ekspor pertanian merupakan produk hasil perkebunan seperti kelapa sawit (CPO), jambu mete, kopi, kakao, karet, lada, pala cengkeh.

Berdasarkan data BPS (2022) Nilai ekspor Indonesia tahun 2021 mencapai US\$231,54 miliar, dengan ekspor non migas menyumbang sebesar 94,7% dari total ekspor tahun 2021. Jumlah ekspor non migas sebesar US\$231,54 miliar. Kontribusi sektor pertanian terhadap ekspor nonmigas sebesar 1,83% yakni sebesar US\$4,24 miliar meningkat 2,86% dibanding tahun sebelumnya senilai US\$4,12 miliar USD. Kontribusi nilai ekspor perkebunan terhadap sektor pertanian sebesar 129 Triliun atau 92,57%. Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Pertanian tahun 2021 sebesar 9,85 dan PDB sub sektor perkebunan sebesar 3,95. Nilai Tukar Petani (NTP) sektor pertanian 120,97, dan NTP sub sektor Perkebunan Rakyat 130,05.

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Perkebunan (2021) lahan perkebunan di Indonesia selain kelapa sawit lebih dari 90% merupakan Perkebunan Rakyat/PR dengan luas lahan 15,55 juta hektare. Komoditas perkebunan yang kepemilikannya sebagian besar merupakan Perkebunan Rakyat antara lain lada (100,0%), kapas (100,0%), jambu mete (99,8%), kelapa (99,0%), cengkeh (98,3%), kakao (97,5%), kopi (96,2%), dan karet (84,9%). Perkebunan kelapa sawit dan teh didominasi oleh perkebunan besar, masing-masing 59,7% dan 53,4%. Hasil survei

Pertanian Antar Sensus (SUTAS) BPS tahun 2018 menunjukkan jumlah rumah tangga yang mengusahakan tanaman perkebunan mencapai 12,07 juta rumah tangga.

Perkebunan rakyat memiliki permasalahan. Berbagai penelitian menemukan terdapat permasalahan yang dihadapi oleh perkebunan rakyat. Menurut Ditjen Perkebunan (2021) produktivitas tanaman perkebunan rakyat saat ini berada pada produktivitas potensialnya. Rasihen (2021) menemukan banyaknya tanaman tua dan rusak, belum optimalnya penerapan teknik budidaya dengan benar, ketebatasan pengetahuan, alat dan bahan, munculnya komoditas perkebunan lain yang dianggap lebih menguntungkan dan bernilai ekonomis merupakan persoalan yang dihadapi perkebunan kelapa rakyat dan akan mengancam keberlanjutan usaha tani kelapa. Direktorat Jenderal Perkebunan (2021) menyatakan bahwa rendahnya produktivitas dan nilai tambah kelapa karena minimnya praktik budidaya tanaman (*Good Agricultural Practices/GAP*) dan pascapanen (*Good Handling Practices/GHP*). Sementara itu Mananganta (2018) menyatakan bahwa lemahnya akses teknologi, permodalan dan minimnya penyuluhan merupakan persoalan yang terjadi pada perkebunan kelapa rakyat. Persoalan yang terjadi tersebut mengakibatkan rendahnya pendapatan petani perkebunan rakyat.

Dalam upaya mengatasi permasalahan yang terjadi pada perkebunan rakyat pemerintah melalui Direktorat Jenderal Perkebunan menempun kebijakan pembangunan perkebunan secara komprehensif baik pada aspek hulu maupun hilir. Kebijakan pembangunan perkebunan tidak hanya berorientasi pada peningkatan produksi namun juga pada peningkatan nilai tambah dan daya saingnya. Kebijakan pembangunan perkebunan tercermin dalam visi pembangunan perkebunan 2020–2024 yaitu Perkebunan Indonesia yang Produktif, Bernilai Tambah dan Berdaya Saing dalam Mewujudkan Pertanian Indonesia Maju, Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong untuk Mendukung Tercapainya Visi Presiden Republik Indonesia (Renstra Direktorat Jenderal Perkebunan, 2020–2024).

Kebijakan pembangunan perkebunan tidak dapat mencapai tujuan yang diinginkan tanpa adanya kualitas sumber daya manusia yang baik. Hasil penelitian Abas dan Suhaeti (2016) menemukan bahwa

kebijakan agroindustri sebagai upaya meningkatkan pendapatan petani perkebunan tidak dapat terlaksana dengan baik karena adanya hambatan sumber daya manusia yang lemah dalam penguasaan teknologi agroindustri. Hal ini senada dengan pernyataan Tjiptopranoto (2005) bahwa dalam upaya mencapai keberlanjutan pembangunan perkebunan, diperlukan sumber daya manusia yang berkapasitas baik terutama pelaku usaha perkebunan dalam hal ini petani perkebunan. Secara empiris, negara-negara yang memiliki orientasi pembangunan yang menekankan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia akan memberikan hasil yang gemilang seperti Singapura, Korea Selatan dan Taiwan. Sumber daya manusia yang berkualitas akan meningkatkan keberdayaan dan pada akhirnya masyarakat akan berperan aktif dalam pelaksanaan pembangunan. Sumber daya manusia yang berkualitas akan mampu mengelola sumber-sumber daya alam, sumber daya ekonomi dan juga sumber daya sosial dengan baik (Suranto 2000).

Berbagai penelitian menemukan bahwa kapasitas petani berpengaruh terhadap keberlangsungan agenda pembangunan pertanian maupun perkebunan. Tanpa kapasitas yang baik maka penerapan system budidaya tanaman, pascapanen dan pengolahan tidak akan berjalan dengan baik. Hasil penelitian Astarti (2019) menemukan bahwa tingkat kapasitas petani berpengaruh terhadap tingkat penerapan budidaya tanam tebu yang baik Mitra PG. Wonolangan PTPN XI. Selain itu faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat penerapan GAP, yaitu pengalaman bertani, tingkat pendidikan, kesadaran lingkungan, orientasi ekonomi, interaksi sosial, lahan milik sendiri, dan sikap *risk taker*. Agustina *et al.* (2017) menyatakan bahwa petani yang berpendidikan akan lebih mudah menyerap materi pelatihan dibandingkan dengan petani yang tidak berpendidikan. Wahid dan Suciati (2020) menemukan bahwa tingkat kapasitas petani berpengaruh terhadap praktik budidaya tanaman kopi yang baik pada usahatani kopi rakyat di Lereng Argopuro Kabupaten Jember. Kapasitas petani kopi dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, luas lahan, intensitas kehadiran petani, akses informasi usahatani, dan persepsi harga kopi secara simultan.

Abbas dan Suhaeti (2016) menyatakan bahwa strategi yang dapat diterapkan dalam mengatasi permasalahan keterbatasan pengetahuan dan akses petani terhadap teknologi, kurangnya minat petani dalam penerapan teknologi, lemahnya posisi tawar petani terhadap tengkulak,

dan adanya mafia panen oleh perpanjangan tangan tengkulak dalam bentuk kelompok panen ialah dengan meningkatkan kuantitas, kualitas, dan kapabilitas sumber daya manusia petani. Kapasitas petani yang rendah dapat diatasi dengan pemberian alat bantu panen, penyuluhan, pelatihan optimalisasi pencatatan keuangan dengan menggunakan aplikasi, penyuluhan pentingnya identitas usaha serta pembuatan desain identitas usaha berupa desain logo, desain kemasan dan kartu nama (Sumiari dan Ambara 2020).

Kapasitas individu adalah kemampuan individu untuk menunjukkan fungsinya secara efektif, efisien dan berkelanjutan, kapasitas bukanlah sesuatu yang pasif, melainkan proses yang berkelanjutan, pengembangan kapasitas sumber daya manusia merupakan pusat pengembangan kapasitas (Mardikanto 2010). Kapasitas petani dapat diperoleh dari dirinya sendiri ataupun intervensi dari pihak lain. Kapasitas individu dapat dikembangkan dengan pendidikan, pelatihan dan penyuluhan (Fatchiya 2010).

Berdasarkan uraian tersebut diketahui bahwa kapasitas petani merupakan kunci dalam mewujudkan tujuan pembangunan termasuk tujuan pembangunan perkebunan. Petani perkebunan sebagai pelaku usaha tani merupakan subjek dan objek pembangunan perkebunan. Berdasarkan berbagai penelitian yang telah dilakukan, kapasitas petani akan berpengaruh terhadap implementasi budidaya tanam, pascapanen, dan pengolahan hasil panen. Petani dengan kapasitas individu yang baik akan mampu mengelola modal fisik dan ekonomi yang ada di sekitarnya. Sub sektor perkebunan merupakan sub sektor yang memiliki peran strategis sebagai sumber pangan nasional, pencipta devisa ekspor dan penyerap tenaga kerja perlu menyeimbangkan kebijakan pembangunan yang telah ditempuh dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia petani perkebunan sebagai prasyarat keberlangsungan dan keberlanjutan pembangunan perkebunan. Oleh karena itu kajian terhadap kapasitas petani perkebunan dan faktor-faktor yang memengaruhi kapasitasnya penting dilaksanakan.

1.2 Rumusan Masalah

Kapasitas individu petani kelapa merupakan factor penting dalam peningkatan produktivitas petani baik pada sisi hulu maupun hilir. Peningkatan kuantitas, kualitas, dan kapabilitas petani merupakan

strategi yang dapat diterapkan dalam mengatasi permasalahan rendahnya produktivitas dan minimnya nilai tambah pertanian (Abbas dan Suhaeti 2016). Sebagaimana dinyatakan oleh (Fatchiya 2010) kapasitas merupakan berbagai kemampuan yang dimiliki individu petani yang diperoleh dengan dirinya maupun intervensi pihak lain.

Kapasitas sumber daya manusia merupakan factor penentu keberhasilan atau ketercapaian tujuan dari sebuah program (Sumardjo 2021). Mardikanto (2010) menyatakan bahwa penyuluhan merupakan upaya meningkatkan kapasitas petani. Senada dengan Mardikanto (2010) Fatchiya (2010) mengemukakan bahwa kapasitas petani dapat ditingkatkan atau dikembangkan melalui pendidikan, pelatihan dan penyuluhan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan rumusan masalah dalam kajian ini ialah bagaimanakah kapasitas petani perkebunan rakyat, faktor-faktor apa saja yang memengaruhinya, dan bagaimana peran kapasitas petani perkebunan rakyat terhadap keberlangsungan dan keberlanjutan pembangunan perkebunan?

1.3 Tujuan

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kapasitas petani perkebunan rakyat dan faktor-faktor yang memengaruhinya, serta peran kapasitas petani perkebunan dalam keberlangsungan dan keberlanjutan pembangunan perkebunan di Indonesia.

1.4 Novelty

Novelty dalam kajian ini dirumuskan berdasarkan penelusuran literatur berupa buku, jurnal, dan terbitan resmi yang berkaitan dengan kapasitas petani, pembangunan perkebunan, permasalahan yang dihadapi pada sub sektor perkebunan, posisi strategis sub sector perkebunan, faktor yang memengaruhi kapasitas petani perkebunan serta upaya yang dapat dilakukan dalam peningkatan kapasitas. Berdasarkan penelusuran literatur dan *sistematik review*, *novelty* dalam kajian ini antara lain:

1. Fokus kajian tidak hanya berfokus pada kajian sub sector perkebunan secara ekonomi, namun mengintegrasikan kajian ekonomi dengan aspek sumber daya petani perkebunan bagi keberlangsungan dan keberlanjutan sub sektor perkebunan rakyat.

2. Kajian ini akan berfokus pada peningkatan kapasitas petani perkebunan, faktor yang memengaruhi dan upaya peningkatannya yang belum dikaji dalam penelitian sebelumnya yang lebih banyak meneliti tentang kapasitas petani pada komoditas pangan dan hortikultura.
3. Kajian ini akan mengkaji pengaruh kapasitas petani perkebunan baik dari aspek budidaya tanaman, panen dan pascapanen.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Kapasitas Individu

Kapasitas individu adalah kemampuan individu untuk menunjukkan fungsinya secara efektif, efisien dan berkelanjutan dan bukan merupakan hal yang pasif. Kapasitas individu merupakan proses yang berkelanjutan (Mardikanto 2010). Menurut Milen (2006) kapasitas adalah kemampuan seseorang, organisasi atau sistem dalam pelaksanaan fungsi sebagaimana mestinya secara efektif, efisien dan terus- menerus. Sumardjo (2019) menyatakan kapasitas adalah sekumpulan kemampuan (komptensi) yang dimiliki seseorang yang diperlukan dalam melaksanakan fungsinya. Sementara Tjiptopranoto (2005) mengemukakan bahwa terdapat dua macam kapasitas yaitu kapasitas fisik yang ada di sekitar individu dan kapasitas individu. Kapasitas individu dibentuk oleh pengetahuan, keterampilan, sikap, percaya diri, komitmen, kewirausahaan dan karakteristik pribadi (tingkat pendidikan, pegalaman, usaha, tingkat pendapatan dan pekerjaan).

Kapasitas dibentuk oleh serangkaian kapabilitas. Morgan (2006) menyebutkan terdapat lima unsur pembentuk kapasitas yang dapat berdiri sendiri namun saling terkait satu sama lain yaitu (1) *the capability to act* (kapasitas bekerja atau beraktivitas), *the capability to generate development results* (kapasitas menggerakkan hasil-hasil pengembangan), (3) *the capability to relate* (kapasitas menghubungkan segala potensi), (4) *the capability to adapt and finally* (kapasitas adaptasi akhir), dan *the capability to integrate* (kapasitas mengintegrasikan). Kelima unsur kapasitas tersebut merupakan kebutuhan dalam pembangunan negara berkembang dan prioritas pembangunan berkelanjutan melalui proses partisipasi sumberdaya manusia dan kapasitas kelembagaan.

2.2 Konsep Pengembangan Kapasitas

Fatchiya (2010) mengemukakan bahwa kapasitas individu dapat ditingkatkan atau dikembangkan. Kapasitas individu dapat diperoleh oleh individu itu sendiri maupun intervensi oleh pihak lain. Pengembangan kapasitas individu, adalah segenap upaya yang dilakukan untuk memperbaiki atau mengembangkan kualitas karakteristik pribadi agar lebih efektif dan efisien dalam pada entitasnya maupun pada lingkup global. Pengembangan kapasitas pribadi misalnya pengembangan kapasitas kepribadian, kapasitas di dalam dunia kerja dan pengembangan keprofesionalan. Penguatan kapasitas adalah proses peningkatan kemampuan individu, kelompok, organisasi dan kelembagaan yang lain untuk memahami dan melaksanakan pembangunan dalam arti luas secara berkelanjutan (Mardikanto 2010). Kapasitas yang diaktualisasikan disebut dengan kapabilitas (Sumardjo 2019)

Salah satu teori dalam pengembangan diri atau individu ialah teori regulasi diri (*self regulations*). Self Regulation adalah kemampuan seseorang dalam mengarahkan tingkah lakunya untuk mencapai tujuan dan memungkinkan orang tersebut untuk menunda kepuasan jangka pendek guna mencapai hasil yang diinginkan di masa mendatang (Carey, Neal, & Collins, 2004). Zimmerman (1990) mendefinisikan *self regulation* sebagai proses belajar yang terjadi karena pengaruh dari pemikiran, perasaan, strategi, dan perilaku sendiri yang berorientasi pada pencapaian tujuan.

Dalam pembentukan regulasi diri, Zimmerman (1990) mengemukakan bahwa ada tiga faktor, yaitu:

- a. **Individu.** faktor individu terbagi menjadi tiga antara lain:
 - 1) Pengetahuan individu yaitu semakin banyak dan beragam pengetahuan yang dimiliki seseorang maka semakin membantu seseorang dalam melakukan regulasi diri.
 - 2) Kemampuan Metakognisi yaitu semakin tinggi kemampuan metakognisi individu maka akan semakin membantu pelaksanaan regulasi diri pada individu.
 - 3) Tujuan yang ingin dicapai, yaitu semakin banyak dan kompleks tujuan yang diraih maka semakin besar kemungkinan individu melakukan regulasi diri.

- b. **Perilaku.** Perilaku yaitu bagaimana individu menggunakan kemampuan yang dimiliki dalam melaksanakan regulasi diri. Semakin besar upaya yang dikerahkan individu dalam mengorganisasikan kegiatan maka secara tidak langsung akan meningkatkan regulasi diri pada individu.
- c. **Lingkungan.** Lingkungan berkaitan dengan bagaimana lingkungan dapat mendukung atau tidak mendukung individu dalam pelaksanaan regulasi diri individu tersebut.

2.3 Penyuluhan sebagai Upaya Peningkatan Kapasitas Petani

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2006 tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Penyuluhan pertanian, perikanan, dan kehutanan merupakan proses pembelajaran bagi pelaku utama agar mereka mau dan mampu menolong dan mengorganisasikan dirinya dalam mengakses informasi pasar, teknologi, permodalan, dan sumber daya lainnya, sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, pendapatan, dan kesejahteraannya, serta meningkatkan kesadaran dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup. Untuk mengantisipasi perubahan lingkungan strategis yang berkembang pada abad 21 dengan isu globalisasi, desentralisasi, demokratisasi, dan pembangunan berkelanjutan, diperlukan sumber daya manusia yang andal untuk mewujudkan pertanian, perikanan, dan kehutanan yang tangguh, produktif, efisien, dan berdaya saing sehingga dapat menyejahterakan seluruh rakyat Indonesia.

Penyuluhan menurut Knowles (1980) merupakan system pendidikan untuk orang dewasa/*andragogy system*. Sementara itu Ferber dan Leagans dalam Hariadi (2009) mengatakan bahwa penyuluhan adalah ilmu terapan. Ferber memberikan definisi bahwa penyuluhan adalah ilmu terapan yang secara khusus mempelajari teori, prosedur, dan cara-cara yang dapat dipergunakan untuk menyampaikan teknologi baru yang ditemukan dari hasil penelitian ilmu pertanian dan ilmu sosial kepada masyarakat melalui proses pendidikan sehingga mereka mengerti, menerima, dan mempergunakannya untuk memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi.

Mardikanto (2003) mendefinisikan penyuluhan secara lebih komprehensif. Mardikanto 2003 menjelaskan bahwa penyuluhan proses perubahan sosial, ekonomi dan politik untuk memberdayakan dan memperkuat kemampuan masyarakat melalui proses belajar bersama yang partisipatif, agar terjadi perubahan perilaku pada diri semua pihak (individu, kelompok, kelembagaan) yang terlibat dalam proses pembangunan, demi terwujudnya kehidupan yang semakin berdaya dan semakin sejahtera secara mandiri, partisipatif, dan berkelanjutan. Sumardjo (2010) mendefinisikan penyuluhan sebagai upaya mengubah pengetahuan, sikap dan ketrampilan individu, keluarganya, kelompok dan masyarakat menuju pada kondisi yang lebih baik atau *better living*.

Dari beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penyuluhan merupakan kegiatan penyampaian informasi, penerangan, perubahan perilaku, proses pendidikan, rekayasa sosial (*social engineering*), pemasaran sosial (*social marketing*), perubahan sosial (*social change*), fasilitasi, pendampingan, pemberdayaan (*empowerment*), dan penguatan komunitas (*community strengthening*).

2.4 Kapasitas Petani dalam Keberlangsungan Modal Manusia (*Human Capital*)

Sebagaimana dikemukakan oleh beberapa ahli, bahwa kapasitas individu merupakan kemampuan seseorang dalam dalam melaksanakan fungsinya secara efektif, efisien dan berkelanjutan. Petani dengan kapasitas individu yang baik merupakan modal manusia dalam pembangunan. Schultz (1961) mendefinisikan teori *human capital* sebagai pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh oleh orang-orang sebagai modal dalam pendidikan keterampilan maupun teknis. Becker (1965), menyatakan analisis *human capital* dimulai dengan asumsi bahwa individu membutuhkan pendidikan, pelatihan, perawatan medis, dan penambahan lainnya, pada pengetahuan dan kesehatan dengan menimbang manfaat dan biaya. Manfaat termasuk keuntungan moneter non budaya dan lainnya bersama dengan peningkatan pendapatan dan pekerjaan, sementara biaya biasanya tergantung terutama pada nilai terdahulu dari waktu yang dihabiskan untuk investasi tersebut. Menurut OECD (2001) *human capital* adalah pengetahuan, keterampilan, kompetensi dan atribut yang terkandung dalam individu yang memfasilitasi terciptanya kesejahteraan pribadi,

sosial dan ekonomi. Human capital sering didefinisikan dan diukur dengan referensi untuk memperoleh keterampilan kognitif dan pengetahuan eksplisit, gagasan yang lebih luas tentang modal manusia, termasuk atribut, lebih mencerminkan bagaimana berbagai keterampilan nonkognitif dan atribut lainnya berkontribusi pada kesejahteraan dan dapat dipengaruhi dan diubah oleh lingkungan luar termasuk belajar. Modal manusia dikembangkan dalam pengaturan budaya tertentu.

Todaro dan Smith (2006) membedakan konsep antara *human capital* dengan sumber daya manusia. Di mana *human capital* adalah keterampilan, kecakapan, cita-cita, kesehatan, dan sebagainya yang merupakan hasil pengeluaran atau pembelanjaan di bidang pendidikan, penyediaan serta pengembangan program pelatihan kerja, program perawatan dan pemeliharaan kesehatan, dan sebagainya. Sementara sumber daya manusia adalah kuantitas dan kualitas dari angkatan kerja di sebuah negara. *Human capital* dapat didefinisikan ke dalam banyak arti, namun secara umum *human capital* memiliki pengertian pengetahuan, keahlian, kompetensi, dan sifat-sifat lainnya yang dimiliki manusia yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi (OECD 1998). Oleh karena itu, human capital harus diperlakukan sebagai faktor produksi yang sejajar dengan modal fisik dan dipisahkan dari tenaga kerja.

2.5 Hasil Kajian terhadap Penelitian Terdahulu

Penelusuran literatur tentang perkebunan rakyat dan permasalahan yang dihadapi menunjukkan bahwa perkebunan rakyat memiliki persoalan yang kompleks. Agus, Rochmah, dan Ismanto (2020) *Empowering Coconut Farmer Community for Poverty Alleviation in Kulon Progo, Yogyakarta: A Study of Triple Helix Model* menemukan bahwa permasalahan yang dihadapi petani kelapa dalam mengusahakan kebunnya, antara lain (1) Kuantitas dan Kualitas Produksi, Risiko Keselamatan Pemanjat kelapa, dan Kesenjangan Regenerasi Petani, (2) Daya tawar yang lemah pada harga jual (3) Manajemen bisnis tradisional. Usahatani kelapa masih dikelola dengan pola bisnis sederhana, (4) Pemasaran tradisional. Upaya pemberdayaan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut antara lain: (1) memberikan sarana pemanjat pohon kelapa, (2) melakukan diferensiasi produk agar nilai tambahnya meningkat yakni dengan

membuat gula semut kelapa atau legen dengan varian rasa coklat serta (3) Memberikan *training* manajemen dan pemasaran untuk usaha mikro dan kecil.

Perkebunan rakyat juga menghadapi permasalahan dalam keberlanjutan usahanya. Awaluddin, Nuraeni, Mais Ilsa (2018) meneliti Keberlanjutan Usahatani Kopi Arabika Bawakaraeng Kecamatan Sinjai Barat dengan teknik survey memberikan hasil indeks keberlanjutan total usaha tani kopi arabica Bawakaraeng berada pada kategori tidak berkelanjutan. Demikian pula pada ke-5 dimensi keberlanjutan secara social, ekonomi, lingkungan, teknologi dan infrastruktur serta hukum dan kelembagaan berada pada kategori kurang keberlanjutan. Pendapatan yang diterima petani kopi arabica Bawakaraeng baik petani yang memproduksi kopi peco maupun kopi gelondong jauh di bawah UMP Provinsi Sulawesi Selatan. Kondisi ini mengehendaki penyikapan pemerintah agar kopi bawa karaeng dapat diberdayakan sehingga menguntungkan dan mencapai keberlanjutan. Penelitian tersebut menganalisis indeks keberlanjutan total dan keberlanjutan masing-masing dimensi serta pendapatan. Butir pertanyaan penelitian tidak diuji validitas dan reliabilitasnya. Penelitian tidak menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ketidakberlanjutan usaha tani kopi arabica serta hubungan kausalitas antara tingkat pendapatan dengan ketidakberlanjutan usaha.

Berdasarkan penelusuran terhadap penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kapasitas individu memiliki pengaruh terhadap pengelolaan usaha tani. Herawati *et al.* (2017) menyebutkan kapasitas petani padi sawah ramah lingkungan di Kabupaten Sigi dan Parigi Motong meliputi kemampuan teknis, kemampuan mengatasi masalah, kemampuan perencanaan usahatani, kemampuan mengevaluasi usahatani, kemampuan beradaptasi dan kemampuan bermitra. Hasil penelitian menemukan tingkat kapasitas petani berpengaruh terhadap pengelolaan usaha tani padi ramah lingkungan. Kapasitas petani berada pada kategori sedang dalam kemampuan teknis budidaya, mengatasi masalah usahatani, melakukan evaluasi dan adaptasi. Kapasitas petani ada pada kategori yang rendah pada kemampuan perencanaan dan kemampuan bermitra. Faktor-faktor yang memengaruhi kapasitas petani dalam pengelolaan padi sawah ramah lingkungan ialah pendidikan nonformal dan luas lahan berhubungan sangat nyata dengan kapasitas petani.

Penelitian Herawati (2017) tersebut senada dengan penelitian Mananganta (2018) tentang kemandirian petani yang dipengaruhi oleh kapasitas petani pada komoditi kakao. Kapasitas petani pada komoditi kakao berada pada tingkat yang lemah. Lemahnya kapasitas petani kakao di Sulawesi Tengah disebabkan karena lemahnya kompetensi petani. Lemahnya kapasitas petani akan berpengaruh pada lemahnya kemandirian petani. Kemandirian petani yang lemah ini akan berpengaruh pada kinerja perkebunan kakao. Dalam kenyataannya, petani kakao di Provinsi Sulawesi Tengah memiliki produktivitas tanaman yang masih rendah dan belum memiliki posisi tawar yang baik dalam pemasaran biji kakao. Faktor yang dominan memengaruhi lemahnya tingkat kapasitas petani kakao adalah (1) motivasi pengembangan usahatani, (2) keterikatan tradisi, (3) peran penyuluh pertanian, (4) dan ketersediaan inovasi. Lemahnya tingkat kemandirian petani dipengaruhi oleh lemahnya (1) tingkat pendidikan formal, (2) intensitas mengikuti pendidikan nonformal, (3) peran penyuluh pertanian, (4) ketersediaan inovasi, (5) dukungan kelembagaan, (6) tingkat kompetensi petani dan (7) tingkat kapasitas petani. Anwarudin *et al.* (2019) meneliti tentang kapasitas kewirausahaan petani muda dan faktor-faktor yang memengaruhinya menemukan bahwa sebagian besar petani muda memiliki pendidikan SMA memiliki kapasitas pada tingkat sedang. Petani muda yang memiliki pendidikan formal lebih tinggi memiliki kapasitas yang lebih baik dibandingkan dengan yang berpendidikan rendah. Petani muda lebih terbuka pada akses teknologi informasi. Kapasitas kewirausahaan petani muda memengaruhi pengelolaan usaha taninya. Kapasitas petani dapat ditingkatkan dengan penyuluhan, pendidikan, pelatihan, dan memperluas akses informasi. Hasil penelitian Nasarudin (2020) menemukan bahwa kapasitas petani kelapa dalam pengelolaan usahanya sangat rendah sehingga produktivitasnya rendah. Dengan produktivitas rendah, maka pendapatan rendah sehingga keberlanjutan usaha rendah dan menjadi ancaman petani kelapa perkebunan rakyat akan meninggalkan usahatani kelapanya. Tentu saja hal ini akan berdampak besar dalam pembangunan perkebunan.

Suci dan Swastika (2021) meneliti tentang Akselerasi Pembangunan Pertanian Wilayah Tertinggal Melalui Penguatan Kapasitas Petani dan Kelompok Tani mengemukakan bahwa salah satu permasalahan yang dihadapi dalam pembangunan di daerah tertinggal ialah rendahnya kualitas SDM penggerak utama (petani), baik dalam hal pendidikan, pengetahuan maupun kemampuannya dalam mengadopsi teknologi

maju, sehingga memerlukan upaya peningkatan kapasitasnya. Penyuluhan dan pendampingan merupakan salah satu strategi dalam peningkatan kapasitas petani dan kelompoknya. Beberapa aspek yang menyebabkan kapasitas petani rendah adalah kemampuan manajerial, teknis, dan sosial. Peningkatan kapasitas petani perlu dilakukan agar petani mampu meningkatkan produktivitas dan pendapatan untuk kesejahteraan petani. Pengetahuan maupun keterampilan yang dimiliki petani yang terkait dengan aspek teknis pertanian tergolong sedang. Faktor-faktor yang secara nyata berpengaruh positif terhadap keikutsertaan petani dalam peningkatan kapasitas petani adalah hubungan petani dengan pemegang kekuasaan, manfaat utama keikutsertaan petani dalam organisasi, pengalaman petani dalam implementasi program pembangunan pertanian, dan keterampilan petani dalam penerapan teknis pertanian. Dalam meningkatkan kapasitas petani kecil pemerintah daerah sangat diperlukan perannya Aminah (2015).

Sudarko (2019) meneliti kapasitas kewirausahaan dan kemandirian petani kopi yang menanam dengan *system organic* dan anorganik menemukan bahwa kapasitas petani penanam kopi dengan *system organic* lebih tinggi dibandingkan dengan kapasitas petani yang menanam kopi dengan sistem anorganik. Kapasitas kewirausahaan petani berpengaruh terhadap inovasi teknologi organik yang diperkenalkan. Petani dengan kapasitas kewirausahaan individu yang tinggi akan mampu mengelola usahataniya dengan lebih baik. Mereka dapat mengambil keputusan dan mempelajari risiko usaha dengan lebih baik. Aspek keberlanjutan usaha juga menjadi salah satu aspek yang diteliti dalam penelitian ini. Petani kopi organik memiliki keberlanjutan yang lebih tinggi dibandingkan dengan petani yang membudidayakan kopi secara anorganik. Selain itu dalam memetakan peluang petani dengan kapasitas kewirausahaan yang lebih tinggi akan lebih baik. Variabel keberlanjutan mencakup keberlanjutan secara ekonomi, sosial, lingkungan dan kesehatan. Variabel kapasitas agribisnis mencakup karakteristik individu, dukungan penyuluhan pemerintah, dukungan penyuluh swadaya, dukungan penyuluh swasta, dukungan modal, dukungan lingkungan dan dukungan kelembagaan.

Kapasitas petani yang berada pada kategori rendah dan sedang dapat ditingkatkan dengan berbagai cara, baik dengan pendidikan, pelatihan, penyuluhan dan juga manajemen pengetahuan (*knowledge*

management). Veronice *et al.* (2011) meneliti tentang Pengembangan kapasitas dan Kelembagaan Petani Kecil di Kawasan Pertanian Melalui Pendekatan Manajemen Pengetahuan. Kapasitas petani yang rendah menjadi kendala dalam proses disemisasi dan adopsi teknologi. Ketidakberdayaan petani, posisi tawar yang rendah, lemahnya akses pasar dan permodalan merupakan gambaran dari rendahnya kapasitas petani. *Knowledge Management (KM)* merupakan salah satu terobosan dalam peningkatan kapasitas petani. KM berperan dalam mendukung dan mempercepat proses inovasi di bidang pertanian. Penerapan *Knowledge Management* dalam proses difusi inovasi untuk mempercepat peningkatan kapasitas petani merupakan hal baru. Hal ini merupakan terobosan untuk memecahkan permasalahan yang selama ini terjadi yaitu rendahnya kapasitas petani.

Penelitian Anantanyu (2011) tentang Kelembagaan Petani: Peran dan Strategi Pengembangan Kapasitasnya dilatarbelakangi Pembangunan pertanian sering kali mengalami kegagalan dan tidak mencapai keberlanjutan dikarenakan lemahnya kapasitas petani dan kelembagaannya. Sering kali pembangunan hanya bersifat tentative atau keproyekan sehingga tidak mencapai kesejahteraan petani. Peningkatan kapasitas kelembagaan petani dilakukan dengan penyuluhan dengan memotivasi petani untuk berpartisipasi dalam kelembagaan petani. Penyuluhan pertanian perlu memberikan muatan (*content area*) pada penguatan kapasitas individu petani sekaligus penguatan kapasitas kelembagaan petani. Peningkatan kapasitas petani akan menguatkan kapasitas kelembagaan. Demikian pula sebaliknya, kapasitas kelembagaan petani yang kuat akan mampu meningkatkan kapasitas petani anggotanya dalam mencapai tujuan pembangunan yakni kesejahteraan petani.

Sukadi dan Totok (2019) Usaha Pelayanan Jasa Alat dan Mesin Pertanian adalah suatu lembaga ekonomi pedesaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa dalam rangka optimalisasi penggunaan alat dan mesin pertanian untuk mendapatkan keuntungan usaha baik di dalam maupun di luar kelompok tani/gapoktan. Keberlangsungan dan keberlanjutan UPJA mengalami permasalahan Alat mesin pertanian tersebut belum digunakan belum maksimal (sebagian besar baru dipakai untuk kelompok taninya sendiri dan kurang berkembang). Oleh karena itu perlu diteliti karakteristik petani, peningkatan kapasitas individu dan kelembagaan dalam upaya meningkatkan keberlangsungan

dan keberlanjutan UPJA di BPP Playen Gunung Kidul. Karakteristik individu dibedakan menjadi dua yaitu karakteristik demografis dan psikografis. Karakteristik demografis mencakup umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, lamanya berusaha tani, alamat, pendidikan formal yang diikuti. Sedangkan karakteristik psikografis mencakup gaya hidup dan kepribadian ini akan memengaruhi persepsi. Sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA), dengan rentang usia berada pada rentang usia dewasa akhir yang produktif. Kapasitas individu petani pengelola UPJA Playen berada pada tingkat sedang, demikian pula dengan kapasitas kelembagaan UPJA. Kapasitas jejaring berpengaruh terhadap kinerja UPJA.

Tjiptopranoto (2005) membedakan antara kapasitas fisik yang berupa sarana dan kapasitas individu. Banyak petani menerapkan teknologi yang dianjurkan melalui suatu proyek, tetapi begitu proyek selesai, mereka kembali ke teknologi tradisionalnya karena penyediaan teknologi kurang memperhatikan umpan balik dan kebutuhan & peluang petani untuk menerapkan teknologi. Dalam pengembangan teknologi untuk petani hendaknya memperhatikan kapasitas diri dan sumber daya alam yang ada di sekitar petani. Penyesuaian inovasi dengan kapasitas petani, baik kapasitas diri maupun kapasitas sumberdaya & sarana, akan menjamin keberlanjutan adopsi teknologi tersebut, bahkan akan dikembangkan sendiri oleh petani yang bersangkutan. “- Peningkatan kapasitas sumber daya & sarana dari petani lebih mudah dibandingkan dengan pengembangan kapasitas diri, yang memerlukan waktu cukup lama dan usaha khusus. Bantuan dan kegiatan pemerintah selama ini lebih berfokus pada peningkatan sumber daya dan sarana yang ada di sekitar petani. Akibatnya, begitu program atau proyek selesai, maka kembalilah petani ke teknologi tradisionalnya, karena kapasitas diri dan kapasitas sumber daya & sarana mereka masih lebih sesuai dengan teknologi tradisional dibandingkan dengan adopsi teknologi baru. Sebaliknya terdapat upaya diseminasi atau kegiatan penyuluhan juga dapat memengaruhi perkembangan tingkat kapasitas diri petani, apabila kegiatan diseminasi tersebut secara bersungguh-sungguh diarahkan pula untuk meningkatkan kapasitas diri petani. Peningkatan kapasitas diri lebih sulit dibandingkan peningkatan kapasitas sarana, dan sumber daya fisik.

3. Kerangka Pemikiran, Hipotesis dan Metode Kajian

3.1 Kerangka Pemikiran

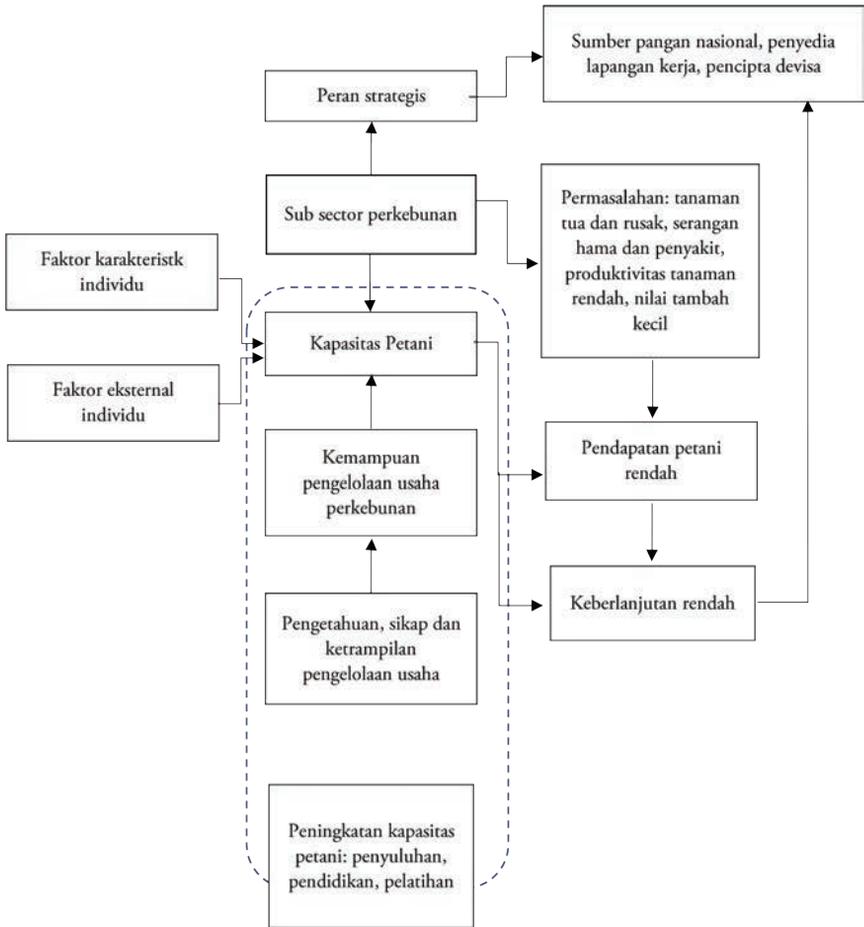
Perkebunan merupakan sub sektor pertanian yang memiliki peran strategis sebagai sumber pangan nasional, contributor devisa negara dan penyerap tenaga kerja. Kebijakan pembangunan perkebunan 2020–2024 diarahkan pada peningkatan produktivitas, nilai tambah dan daya saing perkebunan berkelanjutan. Dalam peran strategisnya sub sector perkebunan menghadapi permasalahan baik dari aspek hulu maupun hilir. Kondisi tanaman yang telah tua dan rusak serta lemahnya penguasaan teknologi budidaya menyebabkan produktivitas tanaman rendah. Pada aspek hilir lemahnya penguasaan teknologi pascapanen dan pengolahan menyebabkan nilai tambah hasil perkebunan rendah. Kondisi ini menyebabkan petani perkebunan memiliki pendapatan rendah dan mengancam keberlanjutan sub sektor perkebunan.

Permasalahan yang terjadi pada sisi hulu maupun hilir bermuara pada kapasitas petani perkebunan rakyat yang masih rendah. Kapasitas individu pada hakikatnya merupakan segenap kemampuan individu untuk merumuskan tujuan dan upaya-upaya yang dapat dilakukan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam upaya peningkatan produktivitas, diperlukan berbagai kemampuan yang harus dimiliki oleh petani. Kapasitas individu petani akan terbentuk ketika telah menguasai berbagai kemampuan (kompetensi). Kompetensi adalah spesifikasi pengetahuan dan keterampilan serta aplikasi keduanya dalam suatu industri atau dalam pekerjaan industri atau tingkat industri terhadap standar kinerja yang dibutuhkan dalam pekerjaan (Soemardjo 2021).

Kapasitas petani dipengaruhi oleh karakteristik individu. Berbagai penelitian antara lain Tjiptopropranoto (2005), Sukartawi (2007), Anantanyu (2008 dan 2011), Ruhimat (2015), Aminah (2015), Anwarudin (2019), Suci dan Swastika (2021) menyatakan karakteristik individu petani menentukan kapasitasnya. Menurut Aminah (2015) bahwa dalam pengembangan kapasitas petani kecil diperlukan peran pemerintah daerah. Upaya yang dapat dilakukan pemerintah maupun *stakeholders* lain dalam meningkatkan kapasitas petani dan kelompok tani antara lain dengan (1) meningkatkan kapasitas penyuluh, (2) menyelenggarakan penyuluhan dengan partisipatif, dan (3) orientasi penyuluhan diarahkan pada kebutuhan petani dan kelompok tani (Anantanyu 2011).

Dalam pengembangan kapasitas petani dan kelompok tani menurut UNDP (2010) terdapat tiga jenis *input* yaitu ketersediaan sumber daya manusia, keuangan, fisik dan kompetensi. *Output* dalam pengembangan kapasitas menurut UNDP ialah perubahan dalam aspek struktur institusional, kepemimpinan, pengetahuan dan akuntabilitas. Di antara *input* dan *output* terdapat proses pengembangan kapasitas petani dan kelompok tani. UNDP merumuskan pengembangan kapasitas tidak hanya sampai pada *output* namun sampai pada *outcome* dan dampak yang ditimbulkan. *Outcome* dari pengembangan kapasitas menurut UNDP ialah adanya perubahan kinerja, adaptabilitas dan stabilitas. Ketiga *outcome* tersebut akan memperkuat institusional regional dan pada akhirnya akan memperkuat pembangunan pertanian.

Penyuluhan dan pelatihan secara partisipatif merupakan upaya meningkatkan kapasitas petani dalam aspek managerial, teknis budidaya dan peningkatan usaha tani melalui diklat teknis, kewirausahaan, kepemimpinan, dan manajemen. Selain itu program pemberdayaan (pendampingan), sekolah lapang, magang, kursus tani dan kunjungan lapang dapat dilakukan untuk meningkatkan kapasitas petani. Peningkatan kapasitas kelompok tani dilakukan dengan memberikan motivasi petani agar berpartisipasi dalam kelompoknya (Suci dan Swastika 2021). Kinerja penyuluhan ditentukan oleh kinerja penyuluhan yang meliputi pendekatan, metode, kompetensi penyuluh, media yang digunakan dan peran penyuluh. Sumardjo (2019) menyatakan bahwa seiring dengan perkembangan teknologi informasi, peran penyuluh semakin kompleks. Penyuluh tidak saja berperan sebagai motivator, dinamisator, fasilitator namun juga berperan sebagai konsultan dalam menyaring informasi yang diterima petani. Kegiatan penyuluhan yang direncanakan dengan baik akan terlaksana dengan baik. (Amanah 2003). Berdasarkan penjelasan tersebut, kerangka pemikiran dalam kajian ini ialah:



Gambar 1 Kerangka berpikir kajian

3.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir yang dirumuskan, hipotesis dalam kajian ini sebagai berikut:

1. Kapasitas petani perkebunan dipengaruhi secara langsung dan signifikan oleh kompetensi, karakteristik individu, dan faktor eksternal
2. Kapasitas petani perkebunan berpengaruh secara langsung terhadap peningkatan pendapatan petani dan tidak langsung terhadap keberlanjutan usaha perkebunan

3. Penyuluhan memiliki pengaruh secara langsung dalam peningkatan kapasitas petani perkebunan
4. Keberlanjutan usaha perkebunan akan berpengaruh secara langsung dalam penyediaan pangan nasional, penciptaan devisa dan penyerapan tenaga kerja

3.3 Metode Kajian

Kajian ini menggunakan metode telaah pustaka berupa e-book, jurnal dan disertasi hasil penelitian tentang kapasitas petani, faktor yang memengaruhi, upaya peningkatan kapasitas, penyuluhan sebagai salah satu upaya peningkatan kapasitas dan keberlanjutan usaha perkebunan rakyat. Secara umum untuk memperoleh gambaran strategi peningkatan kapasitas petani perkebunan dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhinya baik yang menjadi pendukung maupun penghambatnya. Kajian ini dimulai dengan mengumpulkan hasil-hasil penelitian, merumuskan intisari penelitian, dan menghubungkan ide-ide, gagasan dan konsep-konsep yang ditemukan dalam penelitian-penelitian tersebut satu dengan yang lain.

Sumber penelitian berasal dari 12 jurnal dan disertasi dengan topik kapasitas individu, faktor yang memengaruhi serta upaya pengembangannya. Penelitian tentang kapasitas petani perkebunan masih sangat terbatas. Penelitian yang telah dilakukan pada sub sektor perkebunan lebih banyak memfokuskan diri pada analisis ekonomi dan teknis usaha tani. Penelitian tentang sumber daya manusia pelaku perkebunan yaitu petani masih sangat terbatas dilaksanakan.

4. Penutup

Dari kajian tentang kapasitas petani perkebunan, faktor yang memengaruhi dan upaya peningkatannya dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain: (1) kapasitas petani merupakan kunci dalam keberlangsungan dan keberlanjutan pembangunan sub sektor perkebunan. Petani perkebunan yang memiliki kapasitas baik akan mampu menolong dirinya sendiri dalam menghadapi permasalahan yang dihadapi, (2) kapasitas petani dipengaruhi oleh faktor karakteristik petani, dan faktor eksternal, (3) peningkatan kapasitas petani perkebunan dilakukan dengan penyuluhan, pendidikan dan pelatihan.

Dalam upaya mewujudkan tujuan pembangunan perkebunan, berdasarkan kajian yang dilakukan, penulis memberikan beberapa saran yaitu: (1) perlunya menyelaraskan kebijakan pembangunan perkebunan dengan peningkatan kapasitas petani perkebunan untuk keberlanjutan pembangunan perkebunan, (2) mengintensifkan peran penyuluhan dalam peningkatan kapasitas petani perkebunan, (3) perlu dilakukan kajian terhadap kapasitas petani perkebunan secara spesifik berdasarkan komoditas.

Daftar Pustaka

- Abbas dan Suhaeti. 2016. Pemanfaatan Teknologi Pascapanen Untuk Pengembangan Agroindustri Perdesaan di Indonesia. Forum Penelitian Agro Ekonomi (FAE), Jurnal yang diterbitkan oleh Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Vol. 34 No. 1, Juli 2016: 21–34
- Agustina *et al.* Strategi Pengembangan *Good Agricultural Practices (GAP)* di Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI). Vol. 22 (2). Agustus 2017. Hal: 133–139
- Anantanyu S. 2011. Kelembagaan petani: peran dan strategi pengembangan kapasitasnya. Jurnal SEPA, Vol. 7 (2): 102–109
- Aris, *et al.* 2010. Dampak Pengembangan Perkebunan Kelapa Rakyat Terhadap Kemiskinan dan Perekonomian Kabupaten Indragiri Hilir. Jurnal Agro Ekonomi, Volume 28 No.1, Mei 2010: 69–94
- Awaluddin, Nuraeni, Mais Ilsan. 2018. Analisis Keberlanjutan Usahatani Kopi Arabika Bawakareng Kecamatan Sinjai Barat Kabupaten Sinjai. Jurnal Agrotek Vol. 2 No. 2 September 2018
- Ditjen Perkebunan, 2021. Statistik Komoditi Unggulan 2019–2021. Ditjen Perkebunan. Jakarta
- Effendi, Sofyan. 1995. Pembangunan Tekno-industri dan Reformasi Pendidikan Tinggi. Makalah pada Panel Forum Pendidikan. Diselenggarakan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta, 19–20 Mei 1995.
- Herman, *et al.* 2008. Kapasitas Petani Dalam Mewujudkan Keberhasilan Usaha Pertanian: Kasus Petani Sayuran di Kabupaten Pasuruan Dan Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur. Jurnal Penyuluhan, Vol. 4 No. 1. Maret 2008. ISSN: 1858–2664
- Hidayanto, *et al.* 2009. Analisis Keberlanjutan Perkebunan Kakao Rakyat di Pulau Sebatik, Kabupaten Nunukan, Provinsi Kalimantan Timur. Jurnal Agro Ekonomi. Vol 27, No:2, Oktober 2009 Hal:213–229

- Kusmiadi. 2000. Modul Kuliah Pengantar Ilmu Pertanian.
- Mardikanto. 2011. Mebangun Pertanian Modern. Uns.ac.id.
- Managanta, Andri. 2018. Kemandirian Petani Dalam Meningkatkan Produktivitas Usahatani Kakao di Provinsi Sulawesi Tengah. IPB University, Bogor (Disertasi).
- Mulyandari, R, Sumardjo, Pandjaitan, NK, dan Lubis, DP. 2016. Pola Komunikasi dalam Pengembangan Modal Manusia dan Sosial Pertanian. Forum Penelitian Agro Ekonomi. Vol 28 No. 2, 135–158.
- Mardikanto, T, 2010, Konsep-Konsep Pemberdayaan Masyarakat, Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- _____, 2010. Model-Model Pemberdayaan Masyarakat, Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- Mulyono Agus, Siti Rochmah, dan Ismanto. 2020. *Empowering Coconut Farmer Community for Poverty Alleviation in Kulon Progo, Yogyakarta: A Study of Triple Helix Model*. Research article in Proceedings of the 3rd International Conference of Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020).
- Nasaruddin et. al. 2020. Perbaikan Teknis Budidaya Kelapa Rakyat di Kabupaten Wajo. Jurnal Dinamika Pengabdian Vol. 5 No. 2 Mei 2020. e-ISSN: 2528-3219.
- [OECD] Organisation for Economic Co-operation and Development. 2001. The Role of Human and Social Capital. Perancis: OECD Publication.
- Permentan Nomor 48 Tahun 2016 tentang Pedoman Pascapanen Kelapa. Ditjen Perkebunan. Jakarta.
- Rahmawati dan Triyono. 2016. Correlation between Entrepreneur Charactersitic with Farmer Management Capacity: Case on Rice Organic Farming in Bantul. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 18, Issue 10. Ver. III (October. 2016), PP 36–40.
- Rasihen, Yogi. Keberlanjutan Usahatani Perkebunan Kelapa Rakyat di Kabupaten Indragiri Hilir. IPB University, Bogor (Thesis).
- Ruhimat, Idin. 2015. Model Peningkatan Kapasitas Petani Dalam Pengelolaan Hutan Rakyat: Studi Di Desa Ranggung, Kalimantan Selatan. Jurnal Penelitian Kehutanan Wallacea eISSN: 2407-7860 pISSN: 2302-299X Vol.4. Issue 1 (2015) 11-21 Accreditation Number: 561/Akred/P2MI-LIPI/09/2013.
- Rustiandi, Harniati, Kusnadi. 2020. Strategi Peningkatan Kapasitas Petani dalam Komunitas Usahatani Jagung (*Zea mays L*) di Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut. Jurnal Inovasi Penelitian Vol.1 No.3 Agustus 2020. ISSN: 2722-9475 (Cetak).

- Saleh, Khaerul dan Suherman. 2021. Model Kapasitas Petani Padi Sawah dalam Mendukung Ketahanan Pangan Berkelanjutan di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Penyuluhan* Vol. 17 (01) 2021 | 40–51 <https://doi.org/10.25015/17202132887>.
- Schultz TW. 1961. Investment in Human capital. *The American Economic Review* 51(1):1–17.
- Shofi Afdila, Titin Agustina, Sri Subekti. *JSEP* Vol 12 No 1. 1 Maret 2019. Hal:56–68
- Suci, Ramayanti. 2020. Asesmen Good Agricultural Practices Dan Hubungannya Dengan Produksi Lada Di Desa Muara Rungga Kecamatan Pasemah Air Keruh Kabupaten Empat Lawang. Universitas Sriwijaya, Lampung.
- Suci dan Swastika. 2021. Akselerasi Pembangunan Pertanian Wilayah Tertinggal Melalui Penguatan Kapasitas Petani dan Kelompok Tani. *Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi*, Vol. 39 No. 2, Desember 2021: 147–164.
- Sudarko. 2021. Kapasitas Kewirausahaan dan Agribisnis Kopi Rakyat Menuju Kemandirian Petani di Jawa Timur. IPB University, Bogor (Disertasi).
- Sudjarmoko dan Harianto. 2020. Dampak Ekspansi Kelapa Sawit terhadap Kinerja Perkebunan Kelapa di Indonesia. *Buletin Palma* Volume 22 No. 1, Juni 2021: 43–51 P-ISSN: 1979 - 679X. Arkreditasi No: 148 / M / KPT / 2020, 3 Agustus 2020.
- Soekartawi. 1988. Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Pertanian Kecil. Jakarta: UI Pres
- Sumardjo. 2010. Penyuluhan menuju pengembangan kapital manusia dan kapital sosial dalam mewujudkan kesejahteraan rakyat. Orasi ilmiah guru besar Tetap Fakultas Ekologi Manusia. 18 September 2010. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Sumardjo, 2021. Materi Kuliah Human dan Sosial Capital dalam Penyuluhan. IPB University. Bogor.
- Supayitno, Fatchiya, Harijati. 2018. Kapasitas petani pengelolaan agrowisata di Kabupaten Malang. *Jurnal Penyuluhan*, September 2018 Vol. 14 No. 2.
- Suranto. 2000. Kearifan Pembangunan Berbasis Sumber Daya Manusia. *Jurnal Efisiensi* No. 1 Vol. 1 Oktober 2000. Pendidikan Administrasi Perkantoran. Fakultas Ilmu Sosial UNY. Yogyakarta. Hal: 23–29.
- Tjitropranoto, Prabowo. 2005. Penyediaan dan Diseminasi Inovasi Teknologi Pertanian untuk Peningkatan Pendapatan Petani di Lahan Marginal: Peningkatan Mutu Partisipasi. akalah Seminar Nasional Pengembangan Sumberdaya Lahan Marginal. Mataram 30–31 Agustus 2005.
- Undang-undang Nomor 16 Tahun 2006 tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan.

- UNDP. United Nations Development Programme. 2010. Capacity Development: Measuring Capacity [Internet]. [cited 2014 May 12]; Available from: http://www.undp.org/content/dam/aplaws/publication/en/publications/capacity-development/undppaper-on-measuring-capacity/UNDP_Measuring_Capacity_July_2010.pdf.
- Veronice, et.al. 2018. Pengembangan Kapasitas Dan Kelembagaan Petani Kecil Di Kawasan Pertanian Melalui Pendekatan Manajemen Pengetahuan. *Journal of Applied Agricultural Science and Technology*. 2(2): 1-10.
- Wahid, Abdul dan Suciati. Penerapan dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Good Agriculture Practices (GAP)* Usahatani Kopi Rakyat Di Lereng Argopuro Kabupaten Jember. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. Vol.3, No: 2, Juni 2020. Hal: 159-17.

Sumber lain:

- <https://ditjenbun.pertanian.go.id/regulasi/peraturan-menteri-pertanian/>.
- https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20210715130541.pdf.

Pudji Muljono

Disadari bahwa pembangunan merupakan proses yang tidak hanya mencakup peningkatan fisik dan material saja, melainkan pula merupakan perubahan sosial yang menuntut di dalamnya pemerataan sosial yang bersifat partisipatori secara luas untuk memajukan keadaan sosial dan kebendaan termasuk keadilan yang lebih besar, kebebasan, dan kualitas yang dinilai tinggi melalui perolehan kontrol yang lebih besar terhadap lingkungan. Proses pembangunan melibatkan pengoperasian komunikasi untuk keberlangsungannya. Gerak pembangunan mengarahkan sub-sub sistem di dalam entitas pembangunan bergerak searah dengan tujuan pembangunan tersebut. Komunikasi dan penyuluhan pembangunan mengalami dinamika yang berproses dan mengarah kepada wujud yang lebih interaktif serta partisipatif.

Sebagai suatu proses, pembangunan harus dilihat sebagai suatu pembelajaran. Pembelajaran untuk peningkatan kemampuan masyarakat baik secara individu maupun kolektif, dengan tidak hanya menyesuaikan diri terhadap perubahan tetapi juga mengarahkan perubahan untuk tujuan yang dikehendaki. Kebutuhan belajar membutuhkan upaya-upaya tersendiri akibat dari proses pembangunan yang multidimensi baik hal itu berkaitan dengan pengaruh sains dan teknologi, masuknya kebudayaan dan nilai-nilai asing ke dalam masyarakat-masyarakat tradisional, maupun perubahan-perubahan konteks nasional dan internasional sebagai wadah pembangunan.

Komunikasi merupakan bagian integral dari pembangunan sebuah masyarakat, karena pembangunan bertujuan membangun manusia seutuhnya membutuhkan proses yang melibatkan pengoperasian komunikasi untuk keberlangsungannya. Gerak pembangunan mengarahkan sub-sub sistem di dalam entitas pembangunan bergerak searah dengan tujuan pembangunan tersebut. Perubahan yang dikehendaki dalam pembangunan tentunya perubahan ke arah yang lebih baik atau lebih maju keadaan sebelumnya. Oleh karena itu,

peranan komunikasi dalam pembangunan harus dikaitkan dengan arah perubahan tersebut. Artinya kegiatan komunikasi harus mampu mengantisipasi gerak pembangunan. Agar terarah dengan baik ke arah sasarannya, diperlukan rencana tersusun rapi dan sistematis dan bersifat strategis untuk mengembangkan komunikasi dan informasi. Komunikasi tetap dianggap sebagai perpanjangan tangan para perencana pemerintah, dan fungsi utamanya adalah untuk mendapatkan dukungan masyarakat dan partisipasi mereka dalam pelaksanaan rencana-rencana pembangunan. Setiap pembangunan dalam suatu bangsa memegang peranan penting. Oleh karena itu, pemerintah dalam melancarkan komunikasinya perlu memperhatikan strategi apa yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan sehingga efek yang diharapkan itu sesuai dengan harapan.

Menurut Roucek dan Warren, komunikasi itu adalah suatu proses pemindahan atau pengoperan fakta-fakta, keyakinan-keyakinan sikap, reaksi-reaksi emosional, serta berbagai bentuk kesadaran manusia. Senada dengan pendapat Roucek & Warren ini adalah pendapatnya Cherry, yang menegaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana pihak-pihak peserta saling menggunakan informasi, dengan tujuan mencapai pengertian bersama yang lebih baik mengenai masalah yang penting bagi semua pihak yang bersangkutan. Proses ini, dan kaitan hubungan yang ada di antara peserta dalam proses, kita sebut komunikasi. Komunikasi bukan merupakan jawabannya itu sendiri, tetapi pada hakikatnya merupakan kaitan hubungan yang ditimbulkan oleh penerusan rangsangan dan pembangkitan balasannya. Pengertian dari pembangunan mengacu proses perubahan yang dengan sadar ditujukan untuk meningkatkan taraf dan kualitas hidup masyarakat. Jadi, dengan formulasi apapun pembangunan dirumuskan, sebenarnya esensinya tidak lain adalah dalam rangka meningkatkan taraf dan kualitas hidup individu dan masyarakat, baik secara lahiriah maupun batiniah.

Everett M. Rogers mengatakan, secara sederhana pembangunan adalah perubahan yang berguna menuju suatu sistem sosial dan ekonomi yang diputuskan sebagai kehendak dari suatu bangsa. Sementara itu Hedebro Goran mengatakan bahwa pembangunan tidak lain adalah proses perubahan untuk meningkatkan kondisi-kondisi hidup. Namun, yang perlu dipahami di sini bahwa yang dimaksud dengan proses

perubahan itu tidak semata-mata dan sekadar untuk menunjukkan proses perubahan belaka, melainkan harus juga digambarkan secara jelas tujuan-tujuan yang hendak dicapai dari proses perubahan itu sendiri. Jadi, tujuan itu penting bagi proses perubahan yang namanya pembangunan.

Sementara itu, Bryant dan White menyatakan bahwa terdapat empat aspek yang terkandung di dalam pembangunan kualitas manusia sebagai upaya meningkatkan kapasitas mereka. Pertama, pembangunan harus memberikan penekanan pada kapasitas (*capacity*), kepada apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan kemampuan tersebut serta energi yang diperlukan untuk itu. Kedua, pembangunan harus menekankan pemerataan (*equity*). Ketiga, pembangunan mengandung arti pemberian kuasa dan wewenang (*empowerment*) yang lebih besar kepada rakyat. Keempat, pembangunan mengandung pengertian berkelangsungan atau berkelanjutan (*sustainable*) dan interdependensi di antara negara-negara di dunia. Terkait dengan hal itu, Hedebro (1979) mengidentifikasi tiga aspek komunikasi dan pembangunan yang berkaitan dengan tingkat analisisnya, yaitu:

1. Pendekatan yang berfokus pada pembangunan suatu bangsa dan bagaimana media massa dapat menyumbang dalam upaya tersebut.
2. Pendekatan yang juga dimaksudkan untuk memahami peranan media massa dalam pembangunan nasional, namun jauh lebih spesifik.
3. Pendekatan yang berorientasi pada perubahan yang terjadi pada suatu komunitas lokal atau desa.

Kebanyakan teori-teori pembangunan saat ini, ternyata dikembangkan dalam tradisi teori pertumbuhan ekonomi, yaitu berisi gambaran mengenai proses perubahan ekonomi yang telah berlangsung di negara-negara maju. Titik tolak teori-teori tersebut selalu bermula dari memperbedakan faktor-faktor dasar produksi yang sudah tersohor itu, yakni: tanah, modal, dan tenaga kerja.

Seperti telah dikemukakan oleh Van den ban dan Hawkens (1999) bahwa peranan berbagai program penyuluhan sebagai implementasi komunikasi pembangunan adalah dengan membantu petani untuk

mengambil keputusan sendiri dengan cara menambah pilihan bagi mereka, dengan cara menolong mereka mengembangkan wawasan mengenai konsekuensi dari masing-masing pilihan tersebut. Upaya pemberdayaan nelayan kecil menurut Satria (2001) perlu memahami struktur sosial masyarakat nelayan, tidak hanya melihat aspek ekonomi atau teknologi saja, melainkan juga aspek sosial budaya perlu diperhatikan, sehingga program tidak lagi hanya bersifat “ingin cepat selesai”.

Strategi komunikasi dengan pendekatan konvergensi menjadi model paten bagi pengembangan komunikasi di Indonesia bernuansa terkini jika dikontraskan dengan model sebelumnya. Model komunikasi sebelumnya berkembang dalam pembangunan masyarakat dianggap dominan dan dianut oleh sistem pembangunan Indonesia berorientasi pada pentahapan pembangunan yang diharapkan berproses menuju tahap tinggal landas (*take off*). Semoga dapat segera terwujud !

Daftar Istilah & Glosarium

- Ekonomi Sirkular** : Konsep ekonomi sirkular merupakan pendekatan sistemik untuk pembangunan ekonomi yang dirancang untuk memberi manfaat bagi bisnis, masyarakat, dan lingkungan.
- Gerakan Sosial** : Sebagai sekelompok orang yang terlibat dalam mencari penyelesaian atau untuk menghambat suatu proses perubahan sosial.
- Kampus Desa** Merupakan kegiatan diseminasi ilmu dan teknologi, yakni menyebarkan inovasi IPB ke masyarakat desa untuk membantu mensolusi masalah pertanian secara umum. Gagasan program kampus desa berangkat dari produktifnya IPB melakukan ratusan penelitian setiap tahun dan menghasilkan berbagai inovasi yang layak diterapkan oleh berbagai kalangan, misalnya perusahaan, lembaga pendidikan, dan juga masyarakat.
- Kearifan Lokal** Pengetahuan lokal yang membatasi segala bentuk perilaku anggota masyarakatnya. Pengetahuan lokal tersebut mencerminkan identitas dan kepribadian sehingga adanya aktualisasi bagi masyarakat untuk bertahan hidup.
- Ketahanan Pangan** : Terpenuhinya pangan suatu negara sampai pada perseorangan, yang terwujud dari tersedianya pangan, dalam mutu dan jumlahnya, beragam serta aman, bergizi dan merata, terjangkau dan tidak melanggar dengan keyakinan ajaran agama, budaya masyarakat, untuk hidup sehat, produktif dan aktif, secara berkelanjutan.

Komunikasi Resiliensi : Teknik memahami dan menjelaskan bagaimana orang memanfaatkan sumber daya diskursif dan material untuk membentuk kehidupan normal baru setelah berbagai gangguan, kehilangan, trauma, dan bencana.

Smart Farming : Sebuah metode pertanian cerdas berbasis teknologi yang menggunakan *Internet of Thing* (IoT) untuk memudahkan petani melakukan pekerjaan. Teknologi ini telah mengakselerasi proses bertani di berbagai negara guna meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Salah satu keandalannya adalah kemampuannya menganalisis data lahan dan tanaman sehingga dapat membantu petani memantau produktivitas dan membuat prediksi yang lebih akurat.

Biodata Editor



Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, MSi lahir di Tegal pada tanggal 10 Oktober 1962. Pendidikan sekolah dasar diselesaikannya pada tahun 1973 di SD Negeri Depok, pendidikan sekolah menengah pertama diselesaikan tahun 1976 di SMP Negeri Pangkah, dan pendidikan sekolah menengah atas ditamatkan tahun 1980 di SMA Negeri Slawi. Pada tahun 1984 menyelesaikan pendidikan program sarjana pertanian di Institut Pertanian Bogor, tahun 1994 menyelesaikan pendidikan magister ilmu perpustakaan di Universitas Indonesia, dan pada tahun 2000 menyelesaikan pendidikan doktoral bidang kependidikan di Universitas Negeri Jakarta.

Penulis saat ini bekerja sebagai dosen tetap pada Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor dan pada saat mengasuh beberapa matakuliah antara lain: Dasar-dasar Komunikasi Pembangunan, Berfikir dan Menulis Ilmiah, Metodologi Riset Bidang Komunikasi, Teknologi Komunikasi dan Informasi untuk Pembangunan, Manajemen Pelatihan dan Pembelajaran, Metode dan Media Pembelajaran Partisipatif, Psikologi Sosial untuk Pengembangan Masyarakat, Tatakelola Pengembangan Masyarakat, serta matakuliah Kapita Selekta Komunikasi dan Penyuluhan Pembangunan.

Selain telah menulis berbagai artikel ilmiah dalam bidang komunikasi dan penyuluhan pembangunan pada jurnal internasional dan jurnal nasional, Penulis telah menerbitkan beberapa buku antara lain: *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan (2000, 2004 dan 2008)*, *Hak Asasi Manusia: suatu Tinjauan Teoretis dan Aplikasi (2003)*, *Perpustakaan dari*

Masa ke Masa (2005), Metodologi Penelitian Sosial (2012), Metodologi Penelitian Kearsipan dan Penulisan Laporan (2009 dan 2014), 101 Cara Mengenal Posdaya (2011 dan 2012), Analisis Sinergisme Keluarga dan Sekolah di Kota Bogor (2013), Mengukur Perilaku Sosial (2015), Mengawal Reformasi Pembangunan Ekonomi (2016), Posdaya as Community Empowerment Model in Indonesia (2020), dan Dinamika Komunikasi Pembangunan di Tanah Air (2021) .

Pada tahun 2009 sampai dengan tahun 2017 Penulis mendapat amanah sebagai Kepala Pusat Pengembangan Sumberdaya Manusia (P2SDM), LPPM-IPB Bogor dan sejak tahun 2017 sampai sekarang diberi tugas sebagai Kepala Unit Perpustakaan, Institut Pertanian Bogor (IPB-University). Sejak tahun 2010 sampai dengan sekarang, Penulis menjadi *Chief Editor* pada Jurnal Penyuluhan yang diterbitkan oleh Perhimpunan Ahli Penyuluhan Pembangunan Indonesia dan Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, IPB-University.

~oOo~



Menyelisik Konstruksi
**Teori Bidang Komunikasi
dan Penyuluhan Pembangunan**



PT Penerbit IPB Press

Jalan Taman Kencana No. 3, Bogor 16128

Telp. 0251-8355 158 E-mail: ipbpress@apps.ipb.ac.id



Penerbit IPB Press



[ipbpress.official](https://www.instagram.com/ipbpress.official)



ipbpress.com

Komunikasi

ISBN : 978-623-467-350-0



9 786234 673500 >