

## KOMUNIKASI PERTANIAN PADA ADOPSI INOVASI TEKNOLOGI

(Kasus Di Gapoktan Nyi Mas Baduran di Desa Suranenggala Kulon Kecamatan Suranenggala Kab.Cirebon)

Ahmad Faqih  
Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Swadaya Gunung Djati  
Email : afaqih39@yahoo.com

### ABSTRAK

Komunikasi merupakan hal terpenting dalam suatu kegiatan penyuluhan agar terciptanya kondisi yang diharapkan dari kegiatan penyuluhan tersebut, dalam proses penyuluhan dibutuhkan keahlian dan keterampilan berkomunikasi bagi seorang penyuluh dalam mensosialisasikan program-program yang ingin dijalankan. Para pelaku penyuluhan dituntut bekerja keras dan peka terhadap masyarakat. Tujuan utama dari penyelenggaraan penyuluhan adalah bagaimana menanamkan pada diri masyarakat agar dapat mandiri dan berani mencoba sesuatu yang baru tanpa harus terpaku pada pengetahuan dan pengalaman yang didapat dari orang tua atau masyarakat sekitar sehingga dapat menghapuskan rasa ketergantungan kepada pelaksana penyuluhan selaku pembimbing.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui (1) pengaruh bentuk komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa yang dilakukan oleh penyuluh pertanian terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen. (2) Untuk mengetahui bentuk komunikasi penyuluhan pertanian yang tepat agar tercapainya adopsi inovasi teknologi pascapanen

Penelitian ini dilaksanakan di Gapoktan Nyi Mas Baduran di Desa Suranenggala Kulon Kecamatan Suranenggala Kabupaten Cirebon. Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2017 sampai Februari 2018. Metode dan jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik survey. Teknis pengumpulan data yaitu data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner, dan data sekunder yang diperoleh dari data yang diperoleh dari studi kepustakaan dan data dari instansi atau lembaga yang berkaitan dengan penelitian.

Hasil analisis regresi linier berganda (1) Variabel Komunikasi Interpersonal berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen, dengan hasil uji regresi linier berganda yang memiliki nilai sig = 0,002 yang artinya  $0,002 < 0,05$  dan mempunyai nilai  $B = 0,691$ . (2) Variabel Komunikasi kelompok berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen, dengan hasil uji regresi linier berganda yang memiliki nilai sig = 0,043 yang artinya  $0,043 < 0,05$  dan mempunyai nilai  $B = 0,62$ . (3) Variabel Komunikasi Massa berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen, dengan hasil uji regresi yang memiliki nilai sig = 0,003 yang artinya  $0,003 < 0,05$  dan memiliki nilai 0,877. (4) Variabel komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen padi dengan hasil analisis persamaan regresi linier berganda, yaitu :  $Y = (-1.042) + 0.691 X_1 + 0.620 X_2 + 0.877 X_3$ .

Kata Kunci : *Bentuk Komunikasi, Adopsi Inovasi, Teknologi*

## PENDAHULUAN

Pada hakikatnya, penyuluhan adalah suatu kegiatan komunikasi. Proses yang dialami oleh mereka yang disuluh sejak mengetahui, memahami, meminati, dan kemudian menerapkannya adalah suatu proses komunikasi. Dari proses komunikasi tersebut peran penyuluh sangat menonjol, agar materi penyuluhan itu dapat diketahui, dipahami dan diterapkan oleh petani. Dalam melakukan perannya, penyuluh seringkali mengalami masalah komunikasi, terutama dalam hal kompetensi komunikasi yang di miliki oleh seorang penyuluh.

Untuk menjalankan sebuah program pertanian dan adopsi inovasi teknologi maka diperlukan seorang penyuluh untuk mengkomunikasikan program dalam bentuk pesan tertentu dan perkembangan teknologi dibidang pertanian masyarakat tani. Komunikasi merupakan proses pengiriman pesan atau informasi oleh komunikator atau penyuluh kepada komunikan atau petani tetapi dalam proses pengiriman tersebut dibutuhkan keterampilan dalam memaknai pesan baik oleh komunikator maupun komunikan sehingga dapat membuat sukses pertukaran informasi.

Para pelaku penyuluhan dituntut bekerja keras dan peka terhadap masyarakat. Tujuan utama dari penyelenggaraan penyuluhan adalah bagaimana menanamkan pada diri masyarakat agar dapat mandiri dan berani mencoba sesuatu yang baru tanpa harus terpaku pada pengetahuan dan pengalaman yang didapat dari

orang tua atau masyarakat sekitar sehingga dapat menghapuskan rasa ketergantungan kepada pelaksana penyuluhan selaku pembimbing. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh secara parsial dan simultan bentuk komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh penyuluhan pertanian terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan bentuk komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh penyuluhan pertanian terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Gapoktan Nyi Mas Baduran di Desa Suranenggala Kulon Kecamatan Suranenggala Kabupaten Cirebon. Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2017 sampai Februari 2018. Jumlah kelompok anggota Gapoktan sebanyak 5 kelompok tani yang mana tiap kelompoknya terdiri dari 25 orang. Jumlah sampel penelitian adalah 75 petani dari jumlah populasi 125 orang. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan fakta-fakta mengenai masalah yang diteliti sebagaimana adanya, serta memberikan gambaran situasi kejadian atau memberikan hubungan antara fenomena, objek atau subjek penelitian, pengujian hipotesis, membuat prediksi dan implikasi suatu masalah yang ingin dipecahkan (Nawawi, 2003) dalam Usman Rinase (2009). Teknik penelitian menggunakan kuesioner sebagai alat

pengumpulan data primer, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab dan merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan oleh responden (Sugiyono, 2010). Kuisoner merupakan alat dengan petani untuk mengetahui pengaruh dari bentuk komunikasi penyuluhan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi, dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan sebelumnya.

Teknik analisa data digunakan analisis regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Penelitian ini

#### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemberdayaan dan motivasi terhadap kinerja kelompok tani. Menurut Jalaludin Rakhmat (1999), analisis regresi linier berganda merupakan perluasan dari regresi linier sederhana sebelumnya dimana terdapat satu respon variabel (dependen) dengan lebih dari satu prediktor variabel. Dengan kata lain,

dilakukan dengan melihat Anova yang membandingkan Mean Square dari Regresion dan Mean Square dari Residual sehingga di dapat hasil yang dinamakan F hitung. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan apabila tingkat signifikan  $< \alpha$  (0,05), variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara parsial atau individu terhadap variabel dependen. Cara melakukan uji t dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,025 (tingkat kepercayaan yang dipilih), maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Cukup baik apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,025 (tingkat kepercayaan yang dipilih), maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$\hat{Y}$  = Variabel terikat (kinerja kelompok tani)

a = Tingkat Adopsi Inovasi

$X_1$  = Komunikasi Interpersonal

$X_2$  = Komunikasi Kelompok

$X_3$  = Komunikasi Massa

- b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi Variabel komunikasi Interpersona
- b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Variabel komunikasi Kelompok
- b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi Variabel komunikasi Massa
- e = Standar Error

Dalam menghitung analisis regresi linier berganda disini menggunakan *SPSS Versi 18.00 for Windows*. Analisis ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,042	3,649		-,282	,778
Interpersonal	,691	,224	,346	3,529	,001
Kelompok	,620	,242	,201	2,113	,038
Massa	,877	,302	,327	3,240	,002

Sumber : Analisis Data SPSS 22.00 for Windows. 2018

Maka di dapat persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = (-1,042) + 0.691 X_1 + 0.620 X_2 + 0.877 X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Komunikasi Massa (X<sub>3</sub>) lebih kuat dibandingkan dengan pengaruh Komunikasi Interpersonal (X<sub>1</sub>), dan Komunikasi Kelompok (X<sub>2</sub>).

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dua variabel independen yaitu Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Kelompok, dan Komunikasi Massa, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi pascapanen. Tetapi variabel yang paling dominan yaitu variabel Komunikasi Massa.

1. Variabel Komunikasi Interpesonla (X<sub>1</sub>) memiliki nilai sig = 0,001, itu artinya

2. 0,001 < 0,05. Dilihat dari *Unstandardizedn Coeficients* pada Komunikasi Interpersonal nilai B = 0,791. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada variabel Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi pascapanen (Y) dipengaruhi oleh variabel Komunikasi Interpersonal (X<sub>1</sub>).
3. Variabel Komunikasi Kelompok (X<sub>2</sub>) memiliki nilai sig = 0,038, itu artinya 0,038 < 0,05. Dilihat dari *Unstandardizedn Coeficients* pada Komunikasi Kelompok nilai B = 0,510. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada variabel Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi pascapanen (Y) dipengaruhi oleh Variabel Komunikasi Kelompok (X<sub>2</sub>).

4. Variabel Komunikasi Massa ( $X_3$ ) memiliki nilai sig = 0,002, itu artinya  $0,002 < 0,05$ . Dilihat dari *Unstandardizedn Coeficients* pada Komunikasi Massa nilai B = 0,977. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada variabel Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi pascapanen (Y) dipengaruhi oleh Variabel Komunikasi Massa ( $X_3$ ).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan bahwa komunikasi interpersonal mempunyai nilai positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen. Di dalam komunikasi interpersonal terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi, seperti pesan dan efek komunikasi interpersonal. Pada indikator pesan, petani mengatakan sebagian percaya atas kemampuan dan isi pesan yang disampaikan oleh penyuluh, dan petani mudah mengerti dengan isi dan makna pesan yang diberikan penyuluh. Pada indikator efek komunikasi interpersonal, petani berpendapat bahwa penyuluh perlu memiliki sifat yang menarik agar mudah berkomunikasi dengan petani, efek komunikasi interpersonal sangat berpengaruh pada sikap dan tingkah laku petani saat komunikasi itu selesai. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa Komunikasi interpersonal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen.

Komunikasi kelompok juga mempunyai nilai positif dan signifikan

terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen. Di dalam komunikasi kelompok terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi seperti diskusi kelompok dan keefektifan kelompok. Pada indikator diskusi kelompok, petani mengatakan diskusi kelompok dapat membantu memecahkan masalah dan saling berbagi informasi sehingga menambah pengetahuan para petani. Pada indikator keefektifan kelompok, petani berpendapat peranan yang dimainkan oleh anggota kelompok dapat membantu penyelesaian tugas atau masalah yang terjadi, memelihara suasana emosional yang lebih baik, peranan tugas berhubungan dengan upaya memudahkan dan mengkoordinasi kegiatan yang menunjang tercapainya tujuan kelompok. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa Komunikasi kelompok memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen.

Komunikasi massa mempunyai nilai positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen. Didalam variabel komunikasi massa terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi, seperti pengaruh media dan bentuk media. Pada indikator pengaruh media, petani berpendapat bahwa pengaruh media sangat terasa, karena selain dari kegiatan penyuluhan, petani menggunakan media elektronik sebagai sumber informasi. Pada indikator bentuk media, petani mengatakan media elektronik seperti televisi

dan radio menjadi sumber informasi yang dapat diakses dengan mudah. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi massa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen.

Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan dalam Totok Mardikanto (1993) di dalam kegiatan penyuluhan pertanian, proses komunikasi antara penyuluhan dan sasarannya juga tidak hanya terhenti menerima pesan tentang inovasi yang disampaikan oleh penyuluh, tetapi seringkali komunikasi baru berhenti jika sasaran telah memberikan tanggapan seperti yang dikehendaki oleh penyuluhnya yaitu berupa penerimaan dan penerapan inovasi tersebut di dalam praktek berusahatani, baik yang ditunjukkan dalam perubahan pengetahuan, sikap, atau keterampilan.

Suryanto (2015), pembahasan mengenai bentuk-bentuk komunikasi, secara umum terdapat dalam proses komunikasi. Bentuk-bentuk komunikasi meliputi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Bentuk komunikasi bertujuan untuk membedakan antara bentuk komunikasi yang satu dan yang lain dengan tujuan efektivitas pesan

komunikasi, terutama pada sasaran dan media yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan agar sesuai dengan tujuan komunikasi yang diinginkan.

### Analisis Uji F

Menurut Sugiyono (2014) Uji f ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Apabila hasil uji  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti variabel cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen. Untuk menguji koefisien regresi berganda dihitung dengan menggunakan rumus :

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}}$$

Keterangan :

R = koefisien korelasi  
berganda

k = jumlah variable  
independen

n = jumlah anggota sampel

Dalam menghitung analisis uji F disini menggunakan *SPSS 22.00 for Windows*. Analisis ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Analisis Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	661,136	3	220,379	16,321	,000 <sup>b</sup>
	Residual	894,544	71	12,599		
	Total	1555,680	74			

Sumber : Analisis Data SPSS 22.00 for Windows. 2018

Hasil pengujian adalah F hitung menunjukkan nilai sebesar 17,491. Jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $16,321 > 2,73$ ) atau  $Sig F < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya secara simultan atau bersama-sama variabel komunikasi interpersonal ( $X_1$ ), komunikasi kelompok ( $X_2$ ), dan komunikasi massa ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen ( $Y$ ). Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan apabila tingkat signifikan  $< \alpha$  ( $0,05$ ), variabel endependen berpengaruh pada variabel dependen.

**Analisis Uji T**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti variabel cukup signifikan

untuk menjelaskan variabel dependen. Pengujian dapat digunakan statistic uji t yang rumusnya sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

keterangan :

- r = nilai korelasi parsial
- n = jumlah anggota sampel

Untuk menentukan apakah  $H_0$  ditolak atau diterima yaitu dengan membandingkan  $t_{hitung}$ , kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti  $H_a$  diterima
- $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti  $H_a$  ditolak. Dalam menghitung analisis uji t disini menggunakan *SPSS 22.00 for Windows*. Analisis ini dapat dilihat pada tabel 3 berikut

Tabel 3. Analisis Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,042	3,649		-,282	,778
	Interpersonal	,691	,224	,346	3,529	,001
	Kelompok	,620	,242	,201	2,113	,038
	Massa	,877	,302	,327	3,240	,002

Sumber : Analisis Data SPSS 22.00 for Windows. 2018

1. Hasil pengujian t untuk variabel komunikasi interpersonal ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yaitu 3,529 dengan menggunakan batas signifikan  $\alpha = 0.05$  didapat  $t_{tabel}$  yaitu 1,665 dari hasil tersebut, maka kriteria pengujian yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang artinya ( $H_1$ ) diterima dan ( $H_0$ ) di tolak. Dengan demikian maka variabel komunikasi interpersonal memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen.
2. Hasil pengujian t untuk variabel komunikasi kelompok ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yaitu 2,113 dengan menggunakan batas signifikan  $\alpha = 0,05$  pada  $t_{tabel}$  yaitu 1,665. Dari hasil tersebut maka kriteria pengujian yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang artinya ( $H_1$ ) diterima dan ( $H_0$ ) ditolak. Dengan demikian maka variabel komunikasi kelompok memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen.
3. Hasil pengujian t untuk variabel komunikasi massa ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yaitu 3,240 dengan menggunakan batas signifikan  $\alpha = 0,05$  pada  $t_{tabel}$  yaitu 1,665. Dari hasil tersebut maka kriteria pengujian yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang artinya ( $H_1$ ) diterima dan ( $H_0$ ) di tolak. Dengan demikian maka variabel komunikasi massa memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen.

4. Hasil pengujian t untuk variabel tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen ( $Y$ ) juga sangat dipengaruhi oleh ketiga jenis variabel ( $X$ ) yaitu variabel komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Dengan kata lain variabel komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi massa berpengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen.

### **Pengaruh Bentuk Komunikasi Penyuluhan Terhadap Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi**

#### **1. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi**

Indikator variabel komunikasi interpersonal ( $X_1$ ) yang dihubungkan dengan tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen padi sawah adalah : (1) pesan, dan (2) efek Komunikasi Interpersonal. Komunikasi interpersonal menurut Spitzberg dan Cupach dalam Suryanto (2015) kemampuan berkomunikasi secara efektif adalah kompetensi interpersonal. Kompetensi ini misalnya pengetahuan tentang konteks (interaksi, orang), pengetahuan tentang “rules” dari perilaku nonverbal., komunikasi interpersonal memiliki pesan sebagai gagasan atau pemikiran yang akan di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima, dan komunikasi interpersonal memiliki efek atau hasil dari proses komunikasi seperti sikap

dan tingkah laku orang yang dijadikan sasaran komunikasi sesuai atau tidak sesuai dengan yang dilakukan seperti *personal opinion*, *public opinion* dan *mayoritty opinion*.

Hasil perhitungan statistik menunjukkan adanya koefisien regresi komunikasi interpersonal sebesar 0,691 dengan *Sig* pada 0,001 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada variabel komunikasi interpersonal. Hasil ini membuktikan bahwa semakin tinggi komunikasi interpersonal yang ditunjukkan dari indikator-indikator komunikasi interpersonal antara lain : Pesan dan efek komunikasi interpersonal. Pada indikator pesan, terdapat sub indikator yang terdiri dari pesan verbal dan pesan non verbal, pada pesan verbal bahasa yang digunakan oleh penyuluh harus mudah dimengerti dan dipahami oleh petani, sedangkan pada pesan non verbal nada suara yang dimiliki oleh penyuluh harus lantang dan jelas, serta isyarat, gerakan, penampilan ekspresi wajah juga mempunyai peran penting dalam menyampaikan pesan. Pada indikator efek komunikasi interpersonal terdapat sub indikator yang terdiri dari menghargai, empati, didengarkan atau dimengerti, keterbukaan, dan sikap rendah hati yang dimiliki oleh komunikator atau penyuluh. Dalam sikap menghargai, penyuluh harus menghargai petani yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan, pada sikap empati penyuluh mampu menempati diri pada

situasi atau kondisi yang dihadapi oleh petani, makna dari didengarkan atau dimengerti pesan yang penyuluh sampaikan dapat didengarkan atau diterima oleh petani, pada sikap keterbukaan penyuluh perlu mengembangkan sikap terbuka atau transparansi sehingga dapat menimbulkan rasa percaya diri dari petani selaku penerima pesan atau komunikasi, pada sikap rendah hati penyuluh dapat menghargai petani, mau mendengar dan menerima kritikan, dapat mengendalikan diri dan mengutamakan kepentingan lain yang lebih besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Anuar Rasyid (2012) dalam kegiatan penyuluhan pada petani dilaksanakan dengan menggunakan sistem latihan dan kunjungan. Kunjungan dilakukan di sekretariat poktan maupun gapoktan maupun sawah yang dimiliki petani dan menanyakan masalah apa yang dihadapi petani, namun tidak semua permasalahan bisa terselesaikan di lokasi. Sistem latihan dan kunjungan ini dilaksanakan seminggu tiga kali.

Cahyono (2008), sebagai komunikasi antara orang-orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi demikian menunjukkan pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat, saling mengirim dan menerima pesan baik verbal maupun nonverbal secara simultan dan spontan.

## 2. Pengaruh Komunikasi Kelompok Terhadap Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi pascapanen

Indikator variabel komunikasi kelompok yang dihubungkan dengan tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen padi sawah adalah : (1) diskusi kelompok, dan (2) keefektifan kelompok. Wiryanto (2005) dalam Suryanto (2015) komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang lebih diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota yang lain secara tepat. Komunikasi kelompok merupakan metode penyuluhan yang sangat penting karena menghasilkan kesempatan untuk mempengaruhi perilaku pesertanya.

Hasil perhitungan statistik menunjukkan adanya koefisien regresi komunikator sebesar 0,620 dengan *Sig* pada 0,038 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada variabel komunikan. Hasil ini membuktikan bahwa semakin tinggi komunikasi kelompok yang ditunjukkan dari indikator-indikator komunikasi kelompok antara lain : (1) diskusi kelompok, (2) keefektifan kelompok. Pada indikator diskusi kelompok, terdapat sub indikator yang terdiri dari menambah pengetahuan, perubahan sikap dan perubahan perilaku, dalam sub indikator menambah pengetahuan, diskusi kelompok dapat membantu anggotanya memadukan

pengetahuan dengan memberikan kesempatan mengajukan pertanyaan, menghubungkan informasi baru dengan yang telah diketahui. Pada sub indikator perubahan sikap, menciptakan kesadaran terhadap masalah, perumusan masalah, perubahan dalam norma, dan pembentukan pendapat. Dalam sub indikator perubahan perilaku seperti pengambilan keputusan individual, pengambilan keputusan secara kolektif, penentuan pilihan, konformitas, fasilitasi sosial yang menunjukkan kelancaran kualitas kerja, dan polarisasi. Petani dan penyuluh mengatakan diskusi kelompok merupakan cara yang paling tepat untuk memecahkan masalah dan bertukar pikiran dengan anggota kelompok tani. Pada indikator keefektifan kelompok terdapat sub indikator faktor situasional karakteristik kelompok seperti ukuran kelompok, jaringan komunikasi, kohesi kelompok serta kepemimpinan, dan faktor personal kelompok yang terdiri dari kbutuhan interpersonal, tindak komunikasi dan peranan. Dalam hal ini petani mengatakan anggota-anggota kelompok bekerjasama untuk melaksanakan tugas kelompok dan memelihara moral anggota-anggotanya, selain itu tujuan kelompok adalah untuk saling berbagi informasi.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anuar Rasyid (2012) yang mengungkapkan komunikasi kelompok lebih efektif dibandingkan dari komunikasi lainnya

karena petani dibimbing dan diarahkan secara berkelompok untuk melakukan kegiatan yang lebih produktifitas atas dasar kerjasama. Bentuk komunikasi kelompok lebih menguntungkan karena memungkinkan adanya umpan balik dan interaksi kelompok yang memberi kesempatan bertukar pengalaman maupun pengaruh terhadap anggotanya. Pada metode ini pengorganisasian dalam kegiatan penyuluhan diarahkan pada upaya mempercepat pemerataan teknologi pada tiap tingkat sasaran binaan.

Dan B. Curtis, James J. Floyd, dan Jerril L. Winsor (2005) dalam Suryanto (2015) menyatakan bahwa komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertatap muka, biasanya dibawah pengarahan seorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi satu sama lain. Mereka menjabarka sifat-sifat komunikasi kelompok, yaitu berkomunikasi melalui tatap muka, memiliki sedikit partisipan, bekerja dibawah arahan seorang pemimpin, membagi tujuan atau sasaran bersama dan anggota kelompok memiliki pengaruh satu sama lain.

### **3. Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi pascapanen**

Indikator variabel komunikasi massa yang dihubungkan dengan tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen padi sawah adalah : (1) pengaruh media dan (2) bentuk

media. Pada indikator pengaruh media terdapat sub indikator yaitu publikasi selektif, perhatian selektif, dan persepsi selektif, daya ingat selektif, penerimaan selektif dan diskusi selektif. Pada bentuk media massa terdapat sub indikator yaitu media cetak dan media elektronik. Dilihat dari jumlah petani yang menjawab pertanyaan pada indikator pengaruh media, petani paling besar memberikan jawaban pada pertanyaan benar bahwa media massa dapat mempercepat penyebaran informasi yang terkini namun petani tetap selektif dalam menggunakan media dan informasi yang terdapat pada media massa maupun media elektronik, pada indikator bentuk media paling besar memberikan jawaban pada pertanyaan benar, hal ini dikarenakan media elektronik sangat sering digunakan oleh petani dalam mendapatkan informasi selain itu media elektronik mudah diakses. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Rakhmat, 1999 dalam Suryanto, 2015).

Hasil perhitungan statistik menunjukkan adanya koefisien regresi komunikasi massa sebesar 0,877 dengan Sig pada 0,002 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada variabel komunikasi massa. Hasil ini membuktikan bahwa semakin tinggi komunikasi massa yang ditunjukkan dari indikator-indikator komunikasi massa antara lain : (1) pengaruh media dan (2) bentuk media. Hasil penelitian

ini sejalan dengan Gerbner (1967) dalam Elvinaro, Lukiati dan Siti Karlinah (2007) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

#### **4. Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Kelompok, dan Komunikasi Massa Terhadap Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi pascapanen**

Di dalam kegiatan penyuluhan pertanian, proses komunikasi antara penyuluhan dan sasarannya juga tidak hanya terhenti menerima pesan tentang inovasi yang disampaikan oleh penyuluh, tetapi seringkali komunikasi baru berhenti jika sasaran telah memberikan tanggapan seperti yang dikehendaki oleh penyuluhnya yaitu berupa penerimaan dan penerapan inovasi tersebut di dalam praktek berusahatani, baik yang ditunjukkan dalam perubahan pengetahuan, sikap, atau keterampilan (Totok Mardikanto, 1993).

Hasil perhitungan regresi menunjukkan F hitung sebesar 17,491 dengan Sig. 0,000. Oleh karena Sig. 0,000 kurang dari 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen. Nilai koefisien regresi tersebut pada taraf nyata 5% ternyata pada variabel komunikasi interpersonal memiliki koefisien regresi 0,001 artinya nilai signifikansi (0,001) < taraf

nyata 5% (0,05) sehingga dapat dinyatakan koefisien regresi tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Begitu juga dengan variabel komunikasi kelompok mempunyai koefisien regresi 0,038 artinya nilai signifikansi (0,038) < taraf nyata 5% (0,05) sehingga dapat dinyatakan koefisien regresi tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, dan variabel komunikasi massa mempunyai koefisien regresi 0,002 artinya nilai signifikansi (0,002) < taraf nyata 5% (0,05) sehingga dapat dinyatakan koefisien regresi tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan.

Dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel yang lebih berpengaruh dengan tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen yaitu variabel komunikasi interpersonal dengan indikator pesan dan efek komunikasi interpersonal. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Anuar Rasyid (2012) metode komunikasi penyuluhan yang digunakan oleh Balai Informasi Penyuluhan (BIP) Kecamatan Bangkinang Barat Kabupaten Kampar hanya menggunakan satu metode digunakan secara maksimal dalam penyampaian pesan-pesan penyuluhan kepada komunikannya yaitu metode Sistem Latihan dan Kunjungan (LAKU), cukup baiknya metode yang lain kurang difungsikan. Hal ini menyebabkan kurangnya perubahan perilaku dari khalayak sasaran sehingga tidak tercapainya adopsi inovasi yang diharapkan.

## KESIMPULAN

1. Variabel Komunikasi Interpersonal berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen, dengan hasil uji regresi linier berganda yang memiliki nilai sig = 0,002 yang artinya  $0,002 < 0,05$  dan mempunyai nilai B = 0,691.
2. Variabel Komunikasi kelompok berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen, dengan hasil uji regresi linier berganda yang memiliki nilai sig = 0,043 yang artinya  $0,043 < 0,05$  dan mempunyai nilai B = 0,62.
3. Variabel Komunikasi Massa berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen, dengan hasil uji regresi yang memiliki

nilai sig = 0,003 yang artinya  $0,003 < 0,05$  dan memiliki nilai 0,877.

4. Variabel komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi pascapanen padi dengan hasil analisis persamaan regresi linier berganda, yaitu :  
$$Y = (-1.042) + 0.691 X_1 + 0.620 X_2 + 0.877 X_3$$
.  
Persamaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Komunikasi Massa dengan indikator pengaruh media dan bentuk media lebih kuat dibandingkan dengan pengaruh komunikasi interpersonal dengan indikator pesan dan efektifitas komunikasi interpersonal, dan komunikasi kelompok dengan indikator diskusi kelompok dan keefektifan kelompok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anuar, Rasyid. 2007. Metode Komunikasi Penyuluhan Pada Petani Sawah. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 1 No. 1.
- Cahyono. 2008. Efektivitas Komunikasi Partisipatif Dalam Pelaksanaan Prima Tani Di Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Pontianak Kalimantan Barat. Jurnal Komunikasi Pembangunan Vol. 06 No.1.
- Elvinaro, Ardianto, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. 2015. Suatu Pengantar Komunikasi Massa Edisi Revisi. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Jalaludin Rakhmat. 1999. Metode Penelitian Komunikasi. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2014. Statistik Untuk Penelitian . Alfabeta. Bandung
- Suryanto. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. CV Pustaka Setia. Bandung.
- Totok Mardikanto. 1993. Penyuluhan Pembangunan Pertanian. UNS Press. Surakarta.
- Usman Rinase. 2009. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. CV. Alfabeta. Bandung.