

URGENSI KOMUNIKASI DALAM KELOMPOK KECIL UNTUK MEMPERCEPAT PROSES ADOPSI TEKNOLOGI PERTANIAN

Importance of Communication in Small Groups to Accelerate Agricultural Technology Adoption

Cut Rabiatul Adawiyah

*Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian
Jalan Tentara Pelajar No. 3B, Cimanggu Bogor 16111, Jawa Barat, Indonesia
Korespondensi penulis. E-mail: cnoni89@gmail.com

Naskah diterima: 3 Maret 2017

Direvisi: 6 April 2017

Disetujui terbit: 2 Juni 2017

ABSTRACT

Adoption process of effective agricultural technology innovation requires various forms and channels of communication between users. Personal communication between individuals and communication in small groups (farmers' group) are two forms of communication that has been used as a mainstay in agricultural extension activities. Personal communication usually occurs horizontally between farmers, and vertically between farmers and agricultural extension officers. Personal communication between farmers can take place outside and also within farmers' groups. This paper is a review of various theories and research results regarding the importance of communication in small groups. The results showed that communication in small groups becomes an important component in delivering information materials, i.e. technology and other information. In the group, in addition to ongoing communication, it is also a place of performing discussion and learning among peasants, as well as a unit of decision for unity of action in adopting technology.

Keywords: *innovation adoption, small group, small group communication, farmer group*

ABSTRAK

Proses adopsi inovasi teknologi pertanian yang efektif membutuhkan beragam bentuk dan saluran komunikasi antar pelakunya. Komunikasi personal antar individu serta komunikasi dalam kelompok kecil (kelompok tani) merupakan dua bentuk komunikasi yang selama ini dijadikan sebagai andalan dalam kegiatan penyuluhan pertanian. Komunikasi personal biasanya terjadi secara horizontal antar petani, dan secara vertikal antar petani dengan petugas penyuluh pertanian. Komunikasi personal antar petani dapat berlangsung di luar dan juga di dalam kelompok tani. Tulisan ini merupakan review ilmiah dari berbagai teori dan hasil-hasil penelitian berkenaan dengan pentingnya peran komunikasi dalam kelompok kecil. Hasil telaahan menunjukkan bahwa komunikasi dalam kelompok kecil menjadi komponen penting dalam menyampaikan materi informasi baik berupa teknologi maupun informasi lain. Di dalam kelompok, selain berlangsung komunikasi juga sekaligus menjadi tempat diskusi dan belajar antar sesama petani, di samping sebagai unit keputusan untuk kesatuan tindakan dalam mengadopsi teknologi.

Kata kunci: *adopsi inovasi, kelompok kecil, komunikasi kelompok kecil, kelompok tani*

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian diarahkan pada pengembangan konsep pembangunan pertanian yang berkelanjutan (*sustainable agriculture*), dimana salah satu syarat untuk bisa maju dan berkembang sebuah usaha adalah inovasi yang terus menerus atau berkelanjutan. Inovasi dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil pertanian sehingga dalam jangka panjang tingkat kesejahteraan petani pun akan meningkat. Namun, teknologi baru yang telah diperkenalkan di tingkat petani masih belum sepenuhnya diadopsi oleh seluruh petani. Salah satu penyebabnya adalah karena petani tidak dapat

berperan sendiri dalam pengambilan keputusan inovasi mengingat masih adanya kelemahan baik dari segi kognitif, afektif, maupun psikomotorik. Petani membutuhkan pihak lain yakni penyuluh dan rekan sesama petani.

Menurut Warnaen et al. (2016) Proses pembangunan memerlukan difusi inovasi untuk menjembatani kesenjangan informasi antara penduduk desa dan kota. Difusi inovasi sangat relevan untuk masyarakat yang sedang berkembang, karena ada kebutuhan yang terus menerus dalam perubahan sosial dan teknologi untuk mengganti cara-cara lama diganti dengan cara-cara baru dan menguntungkan.

Pembangunan pertanian di Indonesia sampai saat ini masih menggunakan pendekatan kelompok dalam penyelenggaraan proses komunikasi pembangunan. Meskipun banyak ditemukan kelemahan dalam proses penumbuhan dan pengembangan kelompok tani, pendekatan kelompok ini masih perlu dipertahankan dan ditingkatkan, karena melalui pendekatan ini penyebaran inovasi teknologi pertanian diharapkan lebih cepat, terarah dan terencana. Mosher (1987) menyatakan bahwa terdapat syarat-syarat pokok dan syarat-syarat pelancar pembangunan pertanian yang merupakan penentu keberhasilan pembangunan pertanian. Salah satu diantara syarat pelancar tersebut adalah kegiatan bersama (kelompok) oleh petani. Kelompok inilah yang kemudian akan membantu petani dalam perkembangan perilaku dari segi *kognitif* (pengetahuan), *afektif* (sikap), dan *psikomotorik* (keterampilan) sehingga petani dapat menentukan secara tepat keputusan untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi suatu inovasi.

Agar perkembangan pembangunan pertanian berjalan lebih efektif maka dibentuklah kelompok tani yang diharapkan dapat berfungsi sebagai wadah yang dapat memotivasi petani untuk lebih berperan aktif dalam berbagai kegiatan guna mengembangkan dan meningkatkan kemampuan usaha taninya. Keberadaan kelompok tani juga diharapkan menjadi wahana bagi para petani untuk menggali dan penyebaran informasi pertanian. Hal ini sesuai dengan pendapat Harmoko dan Darmansyah (2016), bahwa untuk meningkatkan akses petani terhadap informasi pertanian, kelompok tani dapat mengelola informasi yang diperoleh dari pihak-pihak terkait untuk disebarluaskan ke anggota-anggota kelompok tani melalui pertemuan rutin kelompok.

Kelompok tani tidak hanya untuk berkomunikasi, hal ini seperti dikatakan oleh Sean MacBride (1983) komunikasi tidak bisa diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta dan ide-ide, hal ini tentunya berkaitan dengan proses pembangunan yang mana ide-ide baru sebagai inovasi dalam pembangunan perlu disebarkan atau dikomunikasikan kepada masyarakat, dengan harapan terjadi perubahan kearah yang lebih baik.

Salah satu cara penyaluran teknologi dan informasi ke tingkat petani adalah melalui lembaga penunjang pedesaan. Lembaga penunjang didirikan baik secara formal maupun informal untuk mendukung agar sistem agribisnis dapat berfungsi dengan baik. Lembaga

penunjang informal yang berada di pedesaan dan berfungsi untuk membantu petani, mulai dari pengadaan input seperti permodalan dan penyedia sarana produksi pertanian, membantu dalam usaha tani, dan pemasaran serta distribusi, adalah kelompok tani. Lembaga penunjang seperti kelompok tani dianggap sebagai organisasi yang efektif untuk memberdayakan petani, meningkatkan produktivitas, pendapatan, dan kesejahteraan petani. Hal tersebut didukung pendapat Kelompok tani mendapatkan bantuan fasilitasi pemerintah melalui program dari berbagai kebijakan pembangunan pertanian, maka perlu dikaji pula perannya dalam mempercepat penerapan teknologi. Demikian juga diseminasi teknologi pertanian kepada petani akan lebih efisien jika dilakukan pada kelompok tani, karena dapat menjangkau petani yang lebih banyak dalam satuan waktu tertentu.

Salah satu faktor yang menentukan kecepatan adopsi adalah aktifitas penyebaran informasi yang dilakukan dalam penyuluhan baik yang dilakukan penyuluh maupun kelompok tani. Hal ini sesuai dengan pendapat Harinta (2010) yang mengatakan bahwa kecepatan adopsi bisa dilihat dari aktifitas yang dilakukan oleh penyuluh, khususnya tentang upaya yang dilakukan penyuluh untuk "mempromosikan" sebuah inovasi. Semakin sering dikomunikasikan oleh penyuluh dan kelompok tani dalam menawarkan inovasi, proses adopsi akan semakin cepat pula (Adawiyah 2017). Demikian juga, jika penyuluh dan kelompok tani mampu berkomunikasi secara efektif dan terampil menggunakan saluran komunikasi secara efektif, proses adopsi pasti akan berlangsung lebih cepat. Oleh karena itu, sejauh mana peran kelompok tani dalam adopsi inovasi teknologi pertanian.

Pada beberapa desa di Indonesia, kegiatan penyuluhan pertanian kurang berpengaruh terhadap perilaku petani untuk mengadopsi sebuah inovasi sehingga tak jarang petani memutuskan untuk menolak inovasi teknologi tersebut. Meskipun inovasi yang diperkenalkan merupakan hasil perbaikan atau modifikasi teknologi yang ada di tingkat petani dan bahkan telah diujicobakan kepada petani lain akan tetapi belum mampu untuk mengubah keyakinan petani dalam mengadopsi sebuah inovasi teknologi. Ketidakpastian dan ketidakterjaminan hasil yang akan diperoleh petani ketika mengadopsi sebuah inovasi baru menyebabkan petani masih berpegang teguh dan bertahan pada teknologi lokal yang selama ini diterapkannya. Petani sebagai individu anggota kelompok tani memiliki karakteristik yang beragam, dan masing-masing

mempunyai karakteristik usaha tani yang berbeda-beda, sehingga mempunyai kecepatan yang tidak sama dalam mengadopsi inovasi teknologi. Berdasarkan hasil-hasil penelitian tentang keputusan adopsi inovasi fakta yang ada di masyarakat menunjukkan bahwa apa yang disampaikan kepada petani tidak selalu didengar dan jika didengar tidak selalu dipahami, apabila mereka memahami belum tentu mereka setuju, dan meskipun mereka setuju dengan apa yang disampaikan, ternyata petani belum tentu melakukannya. Jika mereka menerapkan apa yang disampaikan, tidak selalu penerapan inovasi tersebut dipertahankan atau berkelanjutan (Indraningsih 2010). Proses difusi inovasi serta design inovasi yang terjadi pada petani adalah bersifat satu arah yaitu dari peneliti atau pemangku kebijakan disebarkan oleh agen perubahan dan dipraktikkan oleh petani sehingga petani tidak dilibatkan dalam penciptaan sebuah inovasi.

Tulisan ini merupakan tinjauan/review (*scientific review*) terhadap pentingnya komunikasi dalam kelompok (*in group communication*) dalam menyampaikan inovasi teknologi pertanian ke petani. Bahan telaahan berasal tinjauan teoritis dari berbagai sumber dikomparasikan dengan hasil-hasil penelitian dengan subjek yang sama.

KARAKTER DAN PERAN KOMUNIKASI DALAM PROSES ADOPSI TEKNOLOGI PERTANIAN

Difusi Inovasi pada Individu dan Komunitas

Difusi Inovasi adalah teori tentang bagaimana sebuah ide dan teknologi baru tersebar dalam sebuah kebudayaan. Teori ini dipopulerkan oleh Rogers (2003) melalui bukunya yang berjudul *Diffusion of Innovations*. Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses di mana sebuah inovasi dikomunikasikan melalui berbagai saluran dan jangka waktu tertentu dalam sebuah sistem sosial. Teori Difusi Inovasi pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Dalam difusi terdapat empat unsur penting yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu dan anggota sistem sosial (Rogers 2003).

Adopsi merupakan bagian dari proses difusi, dimana adopsi mengacu pada aksi inovasi oleh individu sedangkan difusi berhubungan dengan penyebaran inovasi dalam sebuah komunitas. Adopsi terhadap teknologi baru tidak terjadi serempak, karena seseorang bisa menerima

lebih cepat atau lebih lambat dari orang lain. Kecepatan diukur dengan jumlah penerimaan yang pengadopsian suatu ide baru dalam suatu periode tertentu (Leeuwis 2009). Berdasarkan waktu dalam mengadopsi inovasi maka (Rogers dan Shoemaker 1971) membagi tingkat keinovatifan individu maka sebaran kategori adopter ke dalam lima kategori: innovator, pelopor (*early adopter*), penganut dini (*early majority*), penganut akhir (*late majority*), dan kaum kolot (*laggard*).

Rogers membagi proses pengambilan keputusan inovasi menjadi 4 proses, yaitu opsional, kolektif, otoritas, dan kontingensi. Keempatnya dibedakan berdasarkan unit pengambil keputusan dan unit adopsi dalam pengambilan keputusan inovasi tersebut. Pada pengambilan keputusan inovasi opsional, individu merupakan unit pengambil keputusan dan unit adopsi inovasi, sedangkan pada pengambilan keputusan kolektif, baik unit pengambil keputusan maupun unit adopsi inovasinya adalah kelompok atau suatu sistem sosial. Berbeda dengan tipe sebelumnya, pada tipe otoritas, pengambilan keputusan inovasi dilakukan oleh seseorang yang mempunyai posisi kekuasaan atasan (*superordinat*) sedangkan unit adopsinya adalah anggota sistem sosial bawahannya (*subordinat*). Adapun pada tipe kontingensi, pengambilan keputusan merupakan kombinasi dari dua atau lebih keputusan inovasi, atau keputusan inovasi dibuat setelah ada keputusan tipe lain yang mendahuluinya.

Adopsi Inovasi pada Teknologi Pertanian

Adopsi inovasi di bidang pertanian adalah merupakan hasil dari kegiatan suatu komunikasi pertanian dan karena komunikasi itu melibatkan interaksi social di antara masyarakat, maka proses adopsi inovasi terkait dengan pengaruh interaksi antar individu, antar kelompok, anggota masyarakat atau kelompok masyarakat, juga dipengaruhi oleh interaksi antar kelompok dalam masyarakat. Proses adopsi inovasi yang terjadi pada kelompok tani pada prinsipnya adalah kumulatif dari adopsi individual, sehingga tahapan-tahapan adopsi inovasi individual juga berlaku bagi tahapan adopsi inovasi kelompok (Soekartawi 2005).

Rogers dan Shoemaker (1971) mendefinisikan inovasi merupakan ide-ide baru, praktek-praktek baru, atau objek-objek baru yang dapat dirasakan sebagai suatu yang baru oleh masyarakat atau individu yang menjadi sasaran penyuluhan. Inovasi adalah gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Tidak menjadi soal, sejauh dihubungkan dengan

tingkah laku manusia, apakah ide itu betul-betul baru atau tidak jika diukur dengan selang waktu sejak digunakan-nya atau ditemukannya pertama kali. Kebaruan inovasi itu diukur secara subyektif, menurut pandangan individu yang menemukannya. Jika sesuatu ide dianggap baru oleh seseorang maka ia adalah inovasi (bagi orang itu). "Baru" dalam ide yang inovatif tidak berarti harus baru sama sekali. Suatu inovasi mungkin telah lama diketahui oleh seseorang beberapa waktu yang lalu (yaitu ketika ia "kenal" dengan ide itu) tetapi ia belum mengembangkan sikap atau tidak suka terhadapnya, ia menerima atau menolaknya.

Aspek kebaruan dari suatu inovasi terlihat ketika inovasi tersebut dapat memberikan pengetahuan baru pada pihak adopter, selanjutnya muncul keyakinan (persuasion) pada pihak adopter bahwa inovasi tersebut perlu untuk diadopsi dan terakhir adanya keputusan untuk mengadopsi inovasi tersebut oleh pihak adopter. Namun, kebaruan dari suatu inovasi tidak didasarkan pada kurun waktu yang ditemukan inovasi, tetapi adanya anggapan sebagai sesuatu yang baru pada diri adopter. Mereka yang mengadopsi ide baru berada pada waktu yang berbeda yang berarti bahwa mereka dapat pula diklasifikasikan pada posisi waktu dalam pola adopsi. Menurut Roger (2003), beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tahap adopsi suatu inovasi, antara lain sebagai berikut: (1) kepuasan pada pengalaman pertama; (2) kemampuan petani dalam mengelola usaha taninya; (3) ketersediaan dana dan sarana agar yang diperlukan (tepat waktu, mutu, jumlah, dan harga); (4) analisis keberhasilan/ kegagalan; dan (5) tujuan dan minat keluarga.

Pada dasarnya, proses adopsi melalui tahapan-tahapan sebelum masyarakat mau menerima/menerapkan dengan keyakinan sendiri, meskipun selang waktu antar tahapan satu dengan yang lainnya itu tidak selalu sama (tergantung sifat inovasi, karakteristik sasaran, keadaan lingkungan (fisik maupun sosial), dan aktivitas/kegiatan yang dilakukan oleh penyuluh. Proses adopsi merupakan proses pelaksanaan suatu teknologi yang dapat berjalan secara sistematis sehingga memberikan keuntungan secara ekonomis dan memberikan dorongan untuk masyarakat setempat. Setiap sifat inovasi secara empiris mungkin saling berhubungan satu sama lain tetapi secara konseptual mereka itu berbeda.

Kecepatan Adopsi Inovasi

Sebagian besar perbedaan kecepatan adopsi suatu inovasi, dari 49 – 87 persen, dapat

dijelaskan dengan lima karakteristik: keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, dapat diujicoba dan dapat diamati. Selain kelima karakteristik tersebut, menurut Rogers (2003) terdapat peubah lain seperti: (1) tipe keputusan inovasi (opsional, kolektif dan otoritas); (2) saluran komunikasi yang menyebarkan inovasi pada berbagai kondisi dalam proses keputusan inovasi; (3) sistem sosial di tempat inovasi disebarkan; dan (4) tingkat upaya promosi agen pembaruan dalam menyebarkan inovasi, yang mempengaruhi kecepatan adopsi inovasi. Secara umum keputusan inovasi secara optional yang dilakukan individu lebih cepat dibandingkan bila dilakukan oleh suatu organisasi. Lebih banyak orang yang terlibat dalam pengambilan keputusan, maka kecepatan adopsinya semakin lambat. Berarti salah satu cara untuk mempercepat adopsi suatu inovasi adalah berupaya memilih unit pengambilan keputusan yang lebih sedikit melibatkan orang (individu). Saluran komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan suatu inovasi mungkin juga mempunyai pengaruh terhadap kecepatan adopsi suatu inovasi. Misalnya, jika saluran komunikasi interpersonal (daripada saluran media massa) menimbulkan kesadaran-pengetahuan, seperti yang sering terjadi pada pengikut akhir (late adopter), kecepatan adopsinya berjalan lambat. Pada suatu sistem sosial alami, seperti norma-norma, dan tingkatan struktur jaringan komunikasi saling berhubungan erat, juga berdampak pada kecepatan adopsi suatu inovasi.

Kecepatan adopsi suatu inovasi juga dipengaruhi oleh upaya promosi agen pembaruan. Hubungan antara kecepatan adopsi dengan upaya agen pembaruan, mungkin tidak langsung dan linear. Suatu hasil terbesar dari sejumlah kegiatan agen pembaruan pasti terdapat tahapan-tahapan dalam suatu difusi inovasi. Respon terbesar dari upaya agen pembaruan terjadi ketika pemuka pendapat mengadopsi, di suatu tempat biasanya terjadi antara 3 – 16 persen mengadopsi dalam sebagian besar sistem. Inovasi akan terus disebarkan dengan upaya promosi yang lebih sedikit oleh agen pembaruan, setelah titik kritis pengadopsi tercapai.

Proses Adopsi

Adopsi adalah proses sejak pertama kali seseorang mendengar hal yang baru sampai orang tersebut menolak atau menerima hal baru tersebut. Elemen yang penting yang perlu diperhatikan dalam proses adopsi inovasi adalah: adanya sikap mental untuk melakukan adopsi inovasi dan adanya konfirmasi dari

keputusan yang telah diambil. Proses keputusan inovasi adalah proses seseorang atau (unit pembuat keputusan lainnya) mengetahui suatu inovasi untuk membentuk suatu sikap kearah inovasi untuk mengadopsi atau menolak, ke implementasi dan penggunaan gagasan, dan akhirnya melakukan konfirmasi terhadap keputusannya seperti pada Gambar 1, menurut Rogers (2003) adopsi meliputi:

Pertama, Tahap Pengetahuan (*Knowledge*). Dalam tahap ini, seseorang belum memiliki informasi mengenai inovasi baru. Ada beberapa sumber yang menyebutkan tahap pengetahuan sebagai tahap "*Awareness*". Tahap ini merupakan tahap penyebaran informasi tentang inovasi baru, dan informasi mengenai inovasi tersebut harus disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, bisa melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal dalam tahap ini kesadaran individu akan mencari atau membentuk pengertian inovasi dan tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi. Rogers mengatakan ada tiga macam pengetahuan yang dicari masyarakat dalam tahapan ini, yakni: kesadaran bahwa inovasi itu ada, pengetahuan akan penggunaan inovasi tersebut, dan pengetahuan yang mendasari bagaimana fungsi inovasi tersebut bekerja

Kedua, Tahap Persuasi (*Persuasion*). Dalam tahap ini, individu akan mencari tahu lebih dalam informasi tentang inovasi baru tersebut dan keuntungan menggunakan informasi tersebut. Tahapan ini berbeda dengan tahapan pengetahuan, karena pada tahap pengetahuan yang berlangsung adalah proses memengaruhi kognitif, sedangkan pada tahap persuasi, aktifitas mental yang terjadi memengaruhi afektif. Pada tahapan ini seorang calon adopter akan lebih terlibat secara psikologis dengan inovasi. Kepribadian dan norma-norma sosial yang dimiliki calon adopter ini akan menentukan bagaimana ia mencari informasi, bentuk pesan yang bagaimana yang akan ia terima dan yang tidak, dan bagaimana cara ia menafsirkan makna pesan yang ia terima berkenaan dengan informasi tersebut. Pada tahapan ini seorang calon adopter akan membentuk persepsi umumnya tentang inovasi tersebut.

Ketiga, Tahap Pengambilan Keputusan (*Decision*). Dalam tahap ini, seseorang membuat keputusan akhir apakah mereka akan mengadopsi atau menolak sebuah inovasi. Setelah melakukan pengambilan keputusan, tidak menutup kemungkinan terdapat perubahan dalam pengadopsian. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses keputusan inovasi, yakni: praktik sebelumnya; perasaan akan kebutuhan; keinovatifan; dan norma dalam sistem sosial.

Proses keputusan inovasi memiliki beberapa tipe yakni: (a) Otoritas adalah keputusan yang dipaksakan kepada seseorang oleh individu yang berada dalam posisi atasan, dan (b) Individual adalah keputusan di mana individu yang bersangkutan mengambil peranan dalam pembuatannya. Keputusan individual terbagi menjadi dua macam, yakni: (a) Keputusan opsional adalah keputusan yang dibuat oleh seseorang, terlepas dari keputusan yang dibuat oleh anggota system, dan (b) Keputusan kolektif adalah keputusan dibuat oleh individu melalui konsuensi dari sebuah sistem sosial. Kontingen adalah keputusan untuk menerima atau menolak inovasi setelah ada keputusan yang mendahuluinya.

Keempat, Tahap Pelaksanaan (*Implementasi*). Seseorang mulai menggunakan inovasi sambil mempelajari lebih jauh tentang inovasi tersebut. Tahapan ini hanya akan ada jika pada tahap sebelumnya, individu atau partisipan memilih untuk mengadopsi inovasi baru tersebut. Jika di tahapan sebelumnya proses yang terjadi lebih kepada *mental exercise* yakni berpikir dan memutuskan, dalam tahap pelaksanaan ini proses yang terjadi lebih ke arah perubahan tingkah laku sebagai bentuk dari penggunaan ide baru.

Kelima, Tahap Konfirmasi (*Confirmation*). Setelah sebuah keputusan dibuat, seseorang kemudian akan mencari pembenaran atas keputusan mereka. Apakah inovasi tersebut diadopsi ataupun tidak, seseorang akan mengevaluasi akibat dari keputusan yang mereka buat. Tidak menutup kemungkinan seseorang kemudian mengubah keputusan yang tadinya menolak menjadi menerima inovasi setelah melakukan evaluasi. Apabila, individu tersebut menghentikan penggunaan inovasi tersebut hal tersebut dikarenakan oleh hal yang disebut *disenchantment discontinuance* dan *replacement discontinuance*. *Disenchantment discontinuance* disebabkan oleh ketidakpuasan individu terhadap inovasi tersebut sedangkan *replacement discontinuance* disebabkan oleh adanya inovasi lain yang lebih baik.

Menurut Hasanuddin (2005), adopsi inovasi merupakan kemampuan petani dalam menggunakan suatu teknologi untuk kegiatan usaha taninya. Menurut Subagyo et al. (2005) proses adopsi merupakan proses pelaksanaan suatu teknologi yang dapat berjalan secara sistematis sehingga memberikan keuntungan secara ekonomis dan memberikan dorongan untuk masyarakat setempat. Inovasi memiliki tiga komponen yaitu ide atau gagasan, metode atau praktek, dan produk (barang dan jasa) dan untuk dapat disebut inovasi maka ketiga komponen

tersebut harus mempunyai sifat baru. Sifat tersebut tidak selalu berasal dari penelitian yang mutakhir. Hasil penelitian yang telah lalu juga dapat disebut inovasi, apabila diintroduksikan kepada seseorang atau unit masyarakat yang belum pernah mengenal sebelumnya. Jadi sifat baru pada suatu inovasi dilihat dari sudut pandang calon pengadopsi atau pengetrap, bukan kapan inovasi tersebut dihasilkan. Adopsi dalam proses penyuluhan, pada hakekatnya dapat diartikan sebagai proses perubahan perilaku pada diri seseorang baik yang berupa pengetahuan (*cognitive*), sikap (*affective*), maupun keterampilan (*psycho-motoric*) pada diri seseorang setelah menerima inovasi yang disampaikan penyuluh kepada masyarakat sasarannya. Penerimaan di sini mengandung arti tidak sekedar "tahu" tetapi sampai benar-benar dapat melaksanakan atau menerapkannya dengan benar serta meng-hayatinya dalam kehidupan dan usaha taninya.

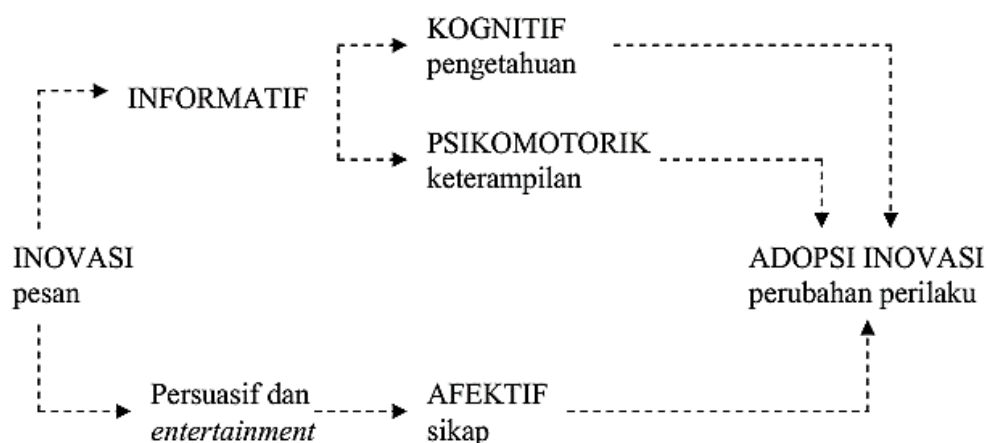
Penerimaan inovasi tersebut, biasanya dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung oleh orang lain, sebagai cerminan dari adanya perubahan: pengetahuan, sikap dan keterampilannya. Karena adopsi merupakan hasil dari kegiatan penyampaian pesan penyuluhan yang berupa inovasi, maka proses adopsi dapat digambarkan sebagai suatu proses komunikasi yang diawali dengan penyampaian inovasi sampai dengan terjadinya perubahan, seperti ditampilkan pada Gambar 1.

Peran Komunikasi dalam Adopsi Inovasi Pertanian

Kreitner dan Kinicki (2005), menyatakan bahwa komunikasi merupakan pertukaran informasi antar pengirim dan penerima, dan kesimpulan (persepsi) makna antara individu-individu yang terlibat. Menurut Daft (2006)

komunikasi adalah proses informasi ditukar dan dipahami oleh dua orang atau lebih, biasanya dengan maksud untuk memotivasi atau mempengaruhi perilaku. Setiap komunikasi yang dilakukan pasti memiliki tujuan. Oleh karena itu tujuan komunikasi menurut Effendy (2006) ada empat yaitu: (1) mengubah sikap, (2) mengubah opini pendapat atau pandangan, (3) mengubah perilaku, dan (4) mengubah masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan Levis (1996) dalam Wiryanto (2006) merumuskan tujuan komunikasi meliputi: (1) informasi, yaitu untuk memberikan informasi yang menggunakan pendekatan dengan pemikiran, (2) persuasif, yaitu untuk menggugah perasaan penerima, (3) mengubah perilaku, yaitu perubahan sikap terhadap pelaku pembangunan, (4) meningkatkan kemampuan untuk mengembangkan usaha secara efisien di bidang usaha yang dapat memberi manfaat dalam batas waktu yang tidak tertentu, dan (5) mewujudkan partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan. Komunikasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Effendy (2006) ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*). Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educate*). Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertain*). Adalah komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga



Gambar 1 Proses adopsi inovasi dalam penyuluhan (Mardikanto 1993)

berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*). Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan apa yang diharapkan.

Penggunaan Saluran dalam Komunikasi

Saluran komunikasi dibedakan atas: (1) saluran interpersonal dan media massa; serta (2) saluran lokalit dan saluran kosmopolit. Saluran interpersonal merupakan saluran yang melibatkan pertemuan tatap muka (sumber dan penerima) antara dua orang atau lebih. Saluran media massa merupakan alat-alat penyampai pesan yang memungkinkan sumber dapat menjangkau khalayak dalam jumlah besar, yang dapat menembus batasan waktu dan ruang, misalkan televisi, radio, film, surat kabar, buku dan sebagainya. Perbedaan penting antara saluran media massa dan interpersonal ditunjukkan pada Tabel 1.

Saluran interpersonal dapat bersifat kosmopolit, jika menghubungkan sumber di atau dari luar sistem sosial. Sebagai contoh seorang anggota system sosial melakukan perjalanan ke luar daerah untuk menjumpai sumber informasi. Dapat juga seseorang dari luar daerah yang

berkunjung ke dalam sistem sosial dan mengadakan pertemuan dengan anggota sistem sosial untuk menyampaikan informasi. Saluran interpersonal dikatakan lokalit bila kontak langsung yang terjadi sebatas daerah atau sistem sosial itu saja. Sebaliknya saluran media massa dapat dipastikan bersifat kosmopolit.

URGENSI KOMUNIKASI DALAM KELOMPOK KECIL (*Small Group Communication*)

Secara umum, komunikasi personal (*personal communication*) berlangsung di luar kelompok berupa relasi ketetanggaan dan dalam kelompok kecil (*small group*). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengenal karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

Kegagalan adopsi bisa disebabkan karena pihak sumber informasi belum mampu mengubah keyakinan petani. Petani sebagai individu memiliki karakteristik yang beragam dan mempunyai kecepatan yang tidak sama dalam mengadopsi inovasi teknologi. Hasil-hasil penelitian menunjukkan bahwa apa yang disampaikan kepada petani tidak selalu didengar

Tabel 1. Karakteristik saluran komunikasi

Karakteristik	Saluran	
	Media massa	Interpersonal
- Arus pesan Cenderung	Cenderung satu arah	Dua arah
- Konteks komunikasi	Mentransmisikan pesan melalui media	Tatap muka
- Kemungkinan umpan balik	Rendah	Tinggi
- Kemampuan mengatasi proses selektif (<i>selective exposure</i>)	Rendah	Tinggi
- Kecepatan menjangkau khalayak dalam jumlah besar	Relatif cepat dan efisien	Relatif lambat
- Kemungkinan untuk menyesuaikan dengan penerima		
- Biaya yang diperlukan untuk menjangkau per orang	Rendah	Tinggi
- Pesan yang sama bagi semua penerima pesan	Ya	Tidak
- Pihak pemberi informasi	Pakar atau penguasa	Setiap orang
- Efek yang mungkin dihasilkan	Pengetahuan dan perubahan	Perubahan dan pembentukan sikap

Sumber: dianalisis dari Rogers dan Shoemaker (1971), dan Rogers (2003)

dan jika didengar tidak selalu dipahami, apabila mereka memahami belum tentu mereka setuju, dan meskipun mereka setuju dengan apa yang disampaikan, ternyata petani belum tentu melakukannya. Jika mereka menerapkan apa yang disampaikan, tidak selalu penerapan inovasi tersebut dipertahankan atau berkelanjutan (Indraningsih 2010).

Kelompok Kecil (*Small Group*)

Kelompok merupakan kumpulan dari dua orang atau lebih yang mengadakan interaksi, memiliki tujuan atau goals, memiliki struktur dan pola hubungan di antara anggota yang mencakup peran, norma, dan hubungan antar anggota, serta *groupness*, dan merupakan satu kesatuan (Hariadi 2011). Johnson dan Johnson dalam Sarwono (2005) mendefinisikan kelompok sebagai dua individu atau lebih yang berinteraksi melalui tatap muka (*face to face interaction*), dan masing-masing menyadari keanggotaannya dalam kelompok, masing-masing menyadari keberadaan anggota kelompok lainnya, masing-masing menyadari saling ketergantungan secara positif dalam mencapai tujuan bersama.

Secara teoritis, yang dimaksudkan dengan komunikasi kelompok adalah komunikasi secara tatap muka, atau komunikasi antara seseorang dengan kelompok orang dalam situasi tatap muka. Kelompok tersebut bisa kecil atau besar. Berapa jumlah orang yang termasuk kelompok kecil dan besar tidak ditentukan dengan perhitungan secara eksak, namun berdasarkan ciri dan sifat komunikasi dalam hubungannya dengan proses komunikasi.

Suatu kelompok pada hakekatnya merupakan pluralitas individu yang saling berhubungan secara sinambung, saling memperhatikan, dan yang sadar akan adanya suatu kemanfaatan bersama. Suatu ciri esensial kelompok adalah bahwa anggota-anggotanya mempunyai sesuatu yang dianggap sebagai milik bersama. Anggota kelompok menyadari bahwa apa yang dimiliki bersama mengakibatkan adanya perbedaan dengan kelompok lain. Kepentingan, kepercayaan, wilayah dan sebagainya mungkin merupakan sumber-sumber yang dianggap penting (Olmsted 1962). Dalam membedakan kelompok dengan sekedar kumpulan orang-orang, Hare (1962) memberikan suatu definisi yang lebih bersifat operasional. Kelompok merupakan suatu kesatuan sosial yang terdiri dari sejumlah individu yang mempunyai hubungan saling tergantung sesuai dengan status dan peranannya.

Secara tertulis atau tidak tertulis ada norma yang mengatur tingkah laku anggotanya.

Menurut Hare (1962), sifat yang membedakan kelompok dengan sekedar kumpulan orang-orang adalah: (1) anggota kelompok mengadakan interaksi satu sama lainnya; (2) mempunyai tujuan yang memberi arah gerak kelompok maupun gerak anggota kelompok; (3) membentuk norma yang mengatur ikatan dan aktifitas anggota; serta (4) mengembangkan peranan dan jaringan ikatan perorangan di dalam kelompok. Menurut Devito (1998), kelompok kecil (*small group*) adalah sekumpulan perorangan yang relatif kecil yang masing-masing dihubungkan oleh beberapa tujuan yang sama dan mempunyai derajat organisasi tertentu diantara mereka. Kelompok kecil menurut Hare (1962) mempunyai anggota 2 – 20 orang. Kelompok dengan jumlah anggota yang lebih banyak juga masih dapat dikategorikan sebagai kelompok kecil, asalkan interaksi tatap muka sering terjadi diantara para anggota kelompok. Komunikasi dalam kelompok ialah komunikasi antara seorang dengan orang-orang lain dalam kelompok, berhadapan satu dengan lainnya, sehingga memungkinkan terdapatnya kesempatan bagi setiap orang untuk memberikan respon secara verbal. Robert F. Bales (1950) mendefinisikan komunikasi dalam kelompok kecil sebagai sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka, dimana setiap partisipan mendapat kesan atau peningkatan hubungan antara satu sama lainnya yang cukup jelas. Dengan demikian orang-orang tersebut, baik pada saat timbulnya pertanyaan maupun sesudahnya, dapat memberikan respon kepada masing-masing sebagai perorangan. Sama seperti komunikasi secara umum, komunikasi dalam kelompok kecil juga ditujukan untuk tercapainya suatu kesamaan makna diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.

Kelompok merupakan bagian yang tidak dapat dilepaskan dari aktivitas sehari-hari. Kelompok sosial, baik yang bersifat primer maupun sekunder, merupakan wahana bagi setiap orang untuk dapat mewujudkan harapan dan keinginannya berbagi informasi dalam hampir semua aspek kehidupan. Kelompok juga menjadi media untuk mengungkapkan persoalan-persoalan pribadi, misalnya pada keluarga sebagai kelompok primer. Kelompok juga dapat menjadi sarana meningkatkan pengetahuan para anggotanya, misalnya dalam kelompok belajar; dan bisa pula merupakan alat untuk memecahkan persoalan bersama yang dihadapi seluruh anggota. Bahkan perilaku seseorang bukan hanya disebabkan oleh “pembawaan” mereka, melainkan juga karena pengaruh kelompok rujukan yang diidentifikasi mereka. Kelompok menentukan cara seseorang

berkata, berpakaian, berkerja, juga keadaan emosi anda, suka dan duka. Komunikasi dalam kelompok lebih intensif, dan digunakan untuk saling bertukar informasi, menambah pengetahuan, memperteguh atau mengubah sikap dan perilaku, mengembangkan kesehatan jiwa dan meningkatkan kesadaran.

Selanjutnya, Robert Bales (1950) dalam bukunya *“Interaction Process Analysis”* mendefinisikan kelompok kecil sebagai: *“Sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka (face to face meeting) di mana setiap peserta mendapat kesan atau penglihatan antara satu sama lainnya yang cukup kentara, sehingga dia—baik saat timbulnya pertanyaan maupun sesudahnya—dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing sebagai perseorangan.”*

Berbeda dengan kelompok besar, individu-individu dalam kelompok kecil bersifat rasional sehingga setiap pesan yang disampaikan akan ditanggapi secara kritis. Ada beberapa keuntungan dan kerugian komunikasi dalam kelompok kecil. Ada tiga keuntungannya yaitu terdapat kontak pribadi, umpan balik bersifat langsung, dan suasana lingkungan komunikasi dapat diketahui. Sementara, kerugiannya adalah *frame or reference* komunikasi tidak diketahui secara individual, dan kondisi fisik dan mental komunikasi tidak dipahami secara individual.

Atribut dalam kelompok perlu difahami sebagai penjelas bagaimana komunikasi yang berlangsung di dalamnya nanti. Ada tiga kategori norma kelompok, yaitu: (1) Norma sosial, yaitu yang mengatur hubungan di antara para anggota kelompok; (2) Norma prosedural, yaitu menguraikan dengan lebih rinci bagaimana kelompok harus beroperasi, seperti bagaimana suatu kelompok harus membuat keputusan, apakah melalui suara mayoritas ataukah dilakukan pembicaraan sampai tercapai kesepakatan; dan (3) Norma tugas, yaitu memusatkan perhatian pada bagaimana suatu pekerjaan harus dilaksanakan. Dengan karakter ini, maka komunikasi dalam kelompok bersifat langsung, tatap muka, dan lebih terstruktur. Komunikasi dalam kelompok membicarakan suatu tema atau topik tertentu yang menyangkut kepentingan bersama, sesuatu yang mendapat minat dan kepentingan yang hampir sama di antara anggota-anggota kelompok.

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi atau peran yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah, dan

pembuatan keputusan, serta fungsi terapi. Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok, dan para anggota kelompok itu sendiri.

1. Fungsi hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai, dan menghibur.
2. Fungsi pendidikan adalah bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan.
3. Fungsi persuasi, seorang anggota kelompok berupaya memersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam suatu kelompok, membawa risiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya.
4. Fungsi problem solving, kelompok juga dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan.
5. Fungsi terapi, kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Tentunya individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu diri sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus.

Walgito (2007), menyampaikan alasan atau motivasi seseorang masuk dalam kelompok, yaitu: (1) Seseorang masuk dalam satu kelompok pada umumnya ingin mencapai tujuan secara individu tidak dapat atau sulit dicapai; (2) Kelompok dapat memberikan, baik kebutuhan fisiologis (walaupun tidak langsung) maupun kebutuhan psikologis. Seseorang masuk dalam kelompok koperasi dengan maksud memperoleh keuntungan finansial yang dapat membantu mencukupi kebutuhan ekonomi; (3) Kelompok dapat mendorong pengembangan konsep dan mengembangkan harga diri seseorang; (4) Kelompok dapat pula memberikan pengetahuan dan informasi.

Karakteristik komunikasi dalam kelompok ditentukan melalui dua hal, yaitu norma dan peran. Menurut Bungin (2009) norma adalah persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana

orang-orang dalam suatu kelompok berperilaku satu sama lainnya. Norma oleh para sosiolog disebut juga dengan hukum (*law*) ataupun aturan (*rule*), yaitu perilaku-perilaku apa saja yang pantas dan tidak pantas dilakukan dalam suatu kelompok. Ada tiga kategori norma kelompok, yaitu norma sosial, *procedural*, dan tugas. Norma sosial mengatur hubungan di antara para anggota kelompok. norma *procedural* menguraikan dengan lebih rinci bagaimana kelompok harus beroperasi, seperti bagaimana suatu kelompok harus membuat keputusan, apakah melalui suara mayoritas ataukah dilakukan pembicaraan sampai tercapai kesepakatan. Selanjutnya norma bertugas memusatkan perhatian bagaimana suatu pekerjaan harus dilakukan.

Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status). Peran dibagi menjadi tiga, yaitu peran aktif, peran partisipatif, dan peran pasif. Peran aktif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya di dalam kelompok sebagai aktivis kelompok, seperti pengurus, pejabat, dan sebagainya. Peran partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok pada umumnya kepada kelompoknya, partisipasi anggota akan memberi sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri. Sedangkan peran pasif adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, di mana anggota kelompok menahan diri agar memberi kesempatan kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok dapat berjalan dengan baik dan tidak terjadi pertentangan dalam kelompok karena adanya peran-peran yang kontradiktif.

Levinson dalam Soekanto (2009) mengatakan peranan mencakup tiga hal, antara lain: (1) Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat; (2) Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi; dan (3) Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Karakter Komunikasi dalam Kelompok Kecil

Komunikasi merupakan bagian penting dalam organisasi. Organisasi terdiri atas sejumlah orang yang saling terlibat dan tergantung. Kebergantungan memerlukan koordinasi antar mereka, sementara koordinasi mensyaratkan adanya komunikasi. Artinya, komunikasi merupakan suatu yang tak terhindarkan dan

merupakan pusat proses kegiatan. Cangara dalam Liliwari (2011) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Ruben (1988; dalam Liliwari 2011) juga menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses di mana individu dalam hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat membuat, mengirim dan menggunakan informasi untuk mengatur dengan lingkungan dan yang lainnya.

Komunikasi dalam kelompok merupakan bagian dari kegiatan keseharian. Pada komunikasi kelompok besar (*large group communication*), hampir tidak terdapat kesempatan untuk memberikan tanggapan secara verbal, atau kecil sekali kemungkinannya bagi komunikator untuk berdialog dengan komunikan. Ada delapan variabel yang terdapat dalam komunikasi kelompok (Yusuf 1989), yaitu:

1. Kejelasan (*clarity*): suatu pernyataan dikatakan jelas apabila seseorang yang mendengar atau membacanya merasa yakin bahwa dia mengerti maksud yang ingin disampaikan si pembuat pesan.
2. Pendapat (*opinion*): suatu pernyataan dikatakan mengandung pendapat, apabila mengungkapkan suatu perasaan, keyakinan atau penilaian, dasar faktual ini biasanya tidak nampak dalam pernyataan itu sendiri.
3. Kepentingan (*interest*): suatu pernyataan dikatakan mengungkapkan kepentingan si pembuat pesan apabila mengandung beberapa petunjuk tentang perhatian dan keterlibatannya dengan pertanyaan-pertanyaan yang sedang dibahas.
4. Jumlah informasi (*amount of information*): suatu pernyataan dikatakan bersifat informatif apabila berisi fakta-fakta, statistik, dan pendapat-pendapat dari sumber-sumber terpercaya yang mempunyai kaitan langsung dengan beberapa aspek dari beberapa pertanyaan yang sedang dibahas.
5. Daya provokasi (*provocativeness*): suatu pernyataan dikatakan bersifat provokatif apabila mencerminkan keinginan atau kesediaan dari si pembuat provokasi untuk mendorong orang lain memberi tanggapan terbuka padanya; yaitu seolah-olah mengundang atau menerima tanggapan.
6. Orientasi (*orientation*): suatu pernyataan dikatakan memberikan orientasi apabila mencerminkan usaha si pembuat pesan untuk

merangsang tercapainya tujuan kelompok dengan cara menggunakan fakta, member saran yang bermanfaat, atau mencoba memecahkan konflik.

7. Objektivitas (*objectivity*): suatu pernyataan dikatakan objektif apabila mencerminkan kebebasan si pembuat pesan yang secara sadar berusaha mendesak atau mempengaruhi seseorang atau orang-orang lain untuk menerima pendapatnya.
8. Panjangnya (*length*): panjang pernyataan hanyalah jumlah kata-kata dalam pernyataan.

Komunikasi menjadi inti dalam kelompok sosial. Ronald B. Adler dan Goerge Rodman (2000) dalam bukunya *Understanding Human Communication* membagi kelompok dalam tiga tipe, yaitu kelompok belajar (*learning group*), kelompok pertumbuhan (*growth group*), dan kelompok pemecahan masalah (*problem-solving group*). Masing-masing tipe kelompok memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda. yaitu: (1) Fungsi hubungan sosial, yaitu bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya; (2) Fungsi pendidikan, yaitu bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan; (3) Fungsi persuasi, yaitu seorang anggota kelompok berupaya mempersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu; (4) Fungsi pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, yaitu dengan cara menemukan alternative atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sedangkan pembuatan keputusan berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi; dan (5) Fungsi terapi, yaitu membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Tentunya individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat.

Komunikasi kelompok dibedakan menjadi dua yakni pada kelompok kecil dan besar (Onong 2005). Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), ialah komunikasi antara dua orang yang memungkinkan terdapatnya kesempatan bagi salah seorang untuk memberikan tanggapan secara verbal. Dengan lain perkataan, dalam komunikasi kelompok kecil seseorang dapat melakukan komunikasi antar persona dengan salah seorang peserta kelompok.

Komunikasi dalam kelompok kecil adalah "... is interpersonal communication within groups" (Beebe dan Masterson 2006). Kelompok menyangkut dua dimensi yakni relasi (*relational*) dan sosial (Poole dan Roth 1989). Kualitas

komunikasi yang baik akan membantu individu dalam membuat keputusan (*Johnson dan Johnson 1991*).

Penelitian psikologi Robert Bales (Bales dan Strodtbeck 1951) mempelajari *content analysis* dari diskusi di dalam kelompok. Beberapa ciri komunikasi yang dijumpai adalah dinamis, dimana topik bisa berubah dengan cepat antara persoalan saat ini dan masa lalu dan sebaliknya. Materi juga berubah cepat secara dinamis antara opini dan pembuat keputusan. Perbedaan pokok dalam komunikasi kelompok kecil adalah lebih egaliter, sedangkan dalam kelompok besar kadang-kadang hanya didominasi oleh satu atau sedikit orang.

Dalam kelompok kecil bisa diukur tingkat kenyamanannya (*comfort level*), jumlah ide dan usulan yang dibicarakan dan diterima. Bagaimana pengaruh sosial (*social influence*) dalam kelompok, juga resolusi konflik (*conflict resolution*). Makna kelompok kecil penting, karena petani yang berskala kecil membutuhkan aksi secara berkelompok sehingga dicapai skala ekonomi dan manajemen tertentu. Untuk itu, komunikasi yang efektif penting untuk mendapatkan keputusan kelompok (*group decisions*).

Satu kekhasan komunikasi dalam kelompok kecil adalah pentingnya *nonverbal communication* misalnya berupa *body language*. Penelitian Borg (2008) mendapatkan bahwa 93 persen komunikasi berupa *body language* dan *paralinguistic cues*, sedangkan yang berupa kata-kata hanya 7%.

Kegiatan pemberdayaan petani dapat dilakukan secara individu maupun kelompok, namun pemberdayaan melalui kelompok dianggap lebih efektif karena di dalamnya terdapat dialog yang dapat menumbuhkan dan memperkuat kerjasama. Pendekatan kelompok lebih dipilih untuk memperlancar kegiatan penyuluhan dan mensukseskan program-program pertanian yang ada, sehingga dengan adanya kelompok tani akan mempermudah tugas penyuluh dalam menyampaikan pesan atau program dan juga dapat mensosialisasikan inovasi pada sasaran (Rahmadani 2010).

Menurut Little John dan Foss (2009) tugas kelompok dihadapkan dengan dua masalah yaitu rintangan tugas dan rintangan antarpersonal. Rintangan tugas adalah kesulitan yang ditandatangani oleh kelompok dalam mengerjakan tugas, sedangkan rintangan antarpersonal yang meliputi keharusan menjelaskan gagasan kepada orang lain, menyikapi masalah, mengatur perbedaan, dan sebagainya. Oleh karena itu komunikasi interpersonal ini sangat penting

dalam kelompok dan organisasi untuk kelangsungan berdirinya sebuah kelompok dan organisasi.

Efektifitas Komunikasi dalam Kelompok Kecil

Kelompok kecil dibatasi minimal 3 orang. Di dalamnya berlangsung pesan-pesan verbal dan non verbal yang dibagi dan diberi makna (*create meaning*) (Mabry dan Barnes 1980, Frey 2016). Teori strukturasi (*structuration theory*) dijadikan sebagai alat untuk mempelajari kelompok kecil, dimana misalnya menyatakan bagaimana pendapat yang muncul sebagai gambaran struktur dalam kelompok (*arguments as structures*) (Seyfarth 2000).

Keefektifan kelompok adalah *“the accomplishment of the recognized objectives of cooperative action”* (Barnard dalam Rakhmat 2009). Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan yaitu melaksanakan tugas kelompok yang diukur dari hasil kerja kelompok (*performance*) dan memelihara moral anggota-anggotanya yang diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfaction*). William C. Schultz merumuskan teori FIRO (*Fundamental Interpersonal Relation Orientation*). Menurut teori ini, orang memasuki kelompok karena didorong oleh tiga kebutuhan interpersonal, yaitu: (1) *Inclusion*, ingin masuk menjadi bagian kelompok; (2) *Control*, ingin mengendalikan orang lain dalam suatu tatanan hirarkis, dan (3) *Affection*, ingin memperoleh keakraban emosional dari anggota kelompok lain (Riswandi 2009).

Bila kelompok bertemu, terjadilah pertukaran informasi. Setiap anggota berusaha menyampaikan atau menerima baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam tindakan komunikasi, termasuk pernyataan, pertanyaan, pendapat, atau isyarat yang disampaikan atau yang diterima oleh para anggota kelompok. Seperti tindak komunikasi, peranan yang dimainkan oleh anggota kelompok dapat membantu penyelesaian tugas kelompok, memelihara suasana emosional yang baik, atau hanya menampilkan kepentingan individu saja (yang tidak jarang menghambat kemajuan kelompok) (Rakhmat 2009).

Kelompok Tani sebagai Kelompok Kecil

Kelompok tani adalah kumpulan petani, peternak, atau pekebun yang dibentuk atas dasar kesamaan kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan (sosial, ekonomi dan sumber daya) dan keakraban untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha anggotanya (Permentan Nomor 273/Kpts/OT.160/4/2007). Kelompok tani

ditumbuhkembangkan dari, oleh dan untuk petani yang saling mengenal, akrab, saling percaya, mempunyai kepentingan yang sama dalam berusaha tani, kesamaan dalam tradisi, pemukiman, dan hamparan usaha tani dan lain-lain. Menurut Hermanto dan Swastika (2011) kelompok tani merupakan sebuah kelembagaan di tingkat petani yang dibentuk untuk mengorganisir para petani dalam berusaha tani. Pembentukan kelompok tani merupakan proses pewujudan pertanian yang terkonsolidasi (*consolidated agriculture*), sehingga bisa berproduksi secara optimal dan efisien. Sebab dengan pertanian terkonsolidasi dalam kelompok tani, pengadaan sarana produksi dan penjualan hasil bisa dilakukan secara bersama.

Departemen Pertanian (2007) menyatakan bahwa kelompok tani memiliki ciri: (1) saling mengenal, akrab dan saling percaya diantara sesama anggota; (2) mempunyai pandangan dan kepentingan yang sama dalam berusaha tani; (3) Memiliki kesamaan dalam tradisi dan atau pemukiman, hamparan usaha, jenis usaha, status ekonomi maupun sosial, bahasa, pendidikan dan teknologi; dan (4) Ada pembagian tugas dan tanggung jawab sesama anggota berdasarkan kesepakatan bersama.

Menurut Zakaria (2010), peranan utama kelompok tani dipandang sebagai proses membantu petani untuk mengambil keputusan sendiri dengan cara menambah pilihan bagi mereka, dan menolong petani mengembangkan wawasan mengenai konsekuensi dari masing masing pilihan tersebut. Demikian juga diseminasi teknologi pertanian kepada petani akan lebih efisien jika dilakukan pada kelompok tani, karena dapat menjangkau petani yang lebih banyak dalam satuan waktu tertentu. Keberadaan kelompok tani sejak awal dimaksudkan sebagai wahana pemberdayaan petani, dalam perkembangannya berbagai intervensi yang dilakukan pemerintah pada banyak kasus justru memperlemah kemandirian kelompok tani.

Peran kelembagaan pertanian perlu didorong untuk memberikan kontribusi dalam upaya menuju pembangunan pertanian yang lebih maju. Kelembagaan pertanian menjadi sebuah penggerak utama untuk mencapai kemajuan pertanian. Kelompok tani menjadi salah satu kelembagaan pertanian yang berperan penting dan menjadi ujung tombak karena kelompok tani merupakan pelaku utama dalam pembangunan pertanian. Peranan dapat diartikan sebagai tindakan atau kegiatan atau fungsi yang diberikan atau diharapkan dari seseorang atau kelompok. Peranan juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang biasa dilakukan oleh seseorang

dalam lingkungan sosial tertentu. Seseorang dapat ikut mengambil keputusan yang mempengaruhi kehidupan seseorang dan masyarakat di sekitarnya (Howard 2002 dalam Dault 2007).

Peran kelompok tani dalam pembangunan pertanian sudah diatur dalam Permentan No. 82 Tahun 2013 yaitu: **Satu**, Kelompok belajar, yaitu kelompok tani sebagai wadah belajar mengajar bagi anggota guna meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap agar tumbuh dan berkembang menjadi usaha tani yang mandiri sehingga dapat meningkatkan produktivitas, pendapatan serta kehidupan yang lebih baik.

Dua, Wahana kerja sama, dimana kelompok tani merupakan tempat untuk memperkuat kerjasama baik di antara sesama petani dalam poktan dan antar poktan maupun dengan pihak lain. Melalui kerja sama tersebut diharapkan dapat membuat usaha tani lebih efisien dan lebih mampu menghadapi ancaman, tantangan, hambatan, gangguan serta lebih menguntungkan.

Tiga, Unit produksi, usaha tani yang dilaksanakan oleh masing-masing anggota poktan secara keseluruhan harus dipandang sebagai satu kesatuan usaha yang dapat dikembangkan untuk mencapai skala ekonomis usaha, dengan menjaga kuantitas, kualitas maupun kontinuitas.

Peranan kelompok tani akan semakin meningkat apabila dapat menumbuhkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki dalam kelompok itu sendiri untuk dapat menggerakkan dan mendorong perilaku anggotanya ke arah pencapaian tujuan kelompok, sehingga kelompok tani tersebut akan berkembang menjadi lebih dinamis. Agar kelompok tani dapat berkembang secara dinamis, maka harus didukung oleh seluruh kegiatan yang meliputi inisiatif, daya kreasi dan tindakan-tindakan nyata yang dilakukan oleh pengurus dan anggota kelompok tani dalam melaksanakan rencana kerja anggota kelompok yang telah disepakati bersama. Peranan kelompok tani dapat diamati, bahwa perubahan perilaku petani melalui aktivitas individu, biasanya lebih lambat dibandingkan jika petani bersangkutan aktif dalam kegiatan kelompok. Demikian pula penyebaran dan penerapan inovasi baru, melalui aktivitas kelompok akan lebih cepat dan lebih meluas dibandingkan jika disampaikan melalui pendekatan individu ataupun massal, sifatnya lebih efektif dan efisien. Persaingan penerapan teknologi dan produktivitas usaha tani di antara sesama petani akan lebih sehat, karena memiliki pandangan yang sama yaitu mencapai tujuan bersama.

Samsudin (1987) mengatakan ada tiga peranan penting dalam kelompok tani, yaitu sebagai berikut: (a) Media sosial atau media penyuluh yang hidup, wajar dan dinamis, (b) Alat untuk mencapai perubahan sesuai dengan tujuan penyuluh pertanian, dan (c) Tempat atau wadah pernyataan aspirasi yang murni dan sehat sesuai dengan keinginan petani sendiri. Bekerja dengan kelompok menawarkan manfaat yang luar biasa bagi para petani. Sering merangsang diskusi yang lebih baik dan meningkatkan komitmen petani untuk penelitian. Williams (1996) dalam Oladele (2008) mencatat bahwa kelompok memfasilitasi adopsi teknik baru, membina rekan belajar, memungkinkan anggota mampu mengumpulkan sumber daya untuk produksi dan mencapai sebuah kelompok tani yang besar, menggunakan sumber daya yang terbatas, dan sejumlah bahan/alat lainnya.

Peran Komunikasi pada Kelompok Kecil dalam Membantu Efektivitas Program dan Adopsi Inovasi Pertanian Pembangunan Pertanian

Banyak hasil penelitian yang menemukan bahwa komunikasi dalam kelompok kecil, dalam hal ini kelompok tani, terbukti berperan penting dalam penyampaian pesan. Misalnya penelitian Mulyandari et al. (2011) tentang *cyber extension* sebagai media komunikasi dalam pemberdayaan petani sayuran, mendapatkan bahwa *cyber extension* mampu meningkatkan aksesibilitas petani terhadap informasi pasar dan teknologi pertanian. Manfaat *cyber extension* yang dirasakan langsung oleh petani adalah dapat dimanfaatkan untuk sarana komunikasi, akses informasi, dan promosi hasil usaha tani.

Demikian pula penelitian Indraningsih et al. (2010) terhadap penyuluhan pada petani lahan marginal, kasus adopsi inovasi usaha tani terpadu lahan kering di Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan petani untuk mengadopsi teknologi adalah termasuk persepsi petani terhadap pengaruh media/informasi interpersonal sebagai penyampai teknologi yang komunikatif bagi petani.

Penelitian lain adalah Andriaty et al. (2012) meneliti mengenai ketersediaan sumber informasi teknologi pertanian di beberapa kabupaten di Jawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mempercepat penyampaian informasi teknologi pertanian dapat dilakukan dengan mengubah paradigma dari konvensional ke arah yang lebih maju dan cepat dengan memanfaatkan berbagai saluran

komunikasi atau media. Penerapan inovasi teknologi oleh petani dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain potensi individu untuk menerapkan inovasi, peran sumber informasi dalam menyediakan dan mendiseminasikan inovasi, serta faktor-faktor eksternal yang memungkinkan pengguna menerapkan inovasi teknologi.

Warda (2011) meneliti mengenai pengaruh belajar sosial pada sekolah lapang pengelolaan tanaman terpadu terhadap adopsi dan difusi teknologi padi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar petani mencapai tahap reproduksi motorik dalam belajar sosial dan sebagian besar tingkat adopsi teknologi PTT padi di Kecamatan Bantimurung termasuk dalam kategori sedang. Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh belajar sosial terhadap adopsi dan difusi teknologi PTT padi di Kecamatan Bantimurung.

Sifat kekosmopolitan dicirikan oleh frekuensi dan jarak perjalanan yang dilakukan, serta pemanfaatan media massa. Tomatala (2008) mengemukakan bahwa orang yang sifat kekosmopolitan tinggi biasanya mencari informasi dari sumber di luar lingkungannya. Sebaliknya, orang yang memiliki tingkat kekosmopolitannya rendah cenderung mempunyai ketergantungan yang tinggi pada tetangga atau teman-teman dalam lingkungan yang sama lalu mengandalkannya sebagai sumber informasi. Seseorang yang mempunyai pergaulan luas dan mempunyai kecepatan pencarian informasi yang diperlukan dapat diartikan mempunyai kekosmopolitan tinggi.

PENUTUP

Komunikasi dalam kelompok dapat menunjang berkembangnya pengetahuan, sikap, dan keterampilan petani dalam berusaha tani. Komunikasi kelompok yang efektif akan memudahkan pertukaran informasi serta penerimaan informasi dalam kelompok sehingga pengetahuan baru akan mudah dipahami petani.

Komunikasi dalam kelompok kecil merupakan mata rantai yang penting dalam keseluruhan komunikasi teknologi dan informasi kepada petani. Komunikasi pada segmen ini memiliki keunikan dan ekefektifan dimana misalnya memungkinkan setiap anggota bertukar pikiran mengenai tanggapan masing-masing terhadap inovasi secara langsung. Tidak sebagaimana komunikasi di luar kelompok atau pada kelompok besar, komunikasi dalam kelompok kecil berlangsung secara intensif dan lebih intim.

Kekuatan komunikasi seperti ini lebih menjamin sehingga anggota kelompok mampu mencapai konsensus secara lebih kuat.

Demikian pula dalam memutuskan pengadopsian inovasi pertanian. Di Indonesia dimana skala usaha tani kecil-kecil, maka banyak adopsi teknologi harus dilaksanakan dalam satu kelompok. Komitmen kelompok untuk mengadopsi menjadi penentu dalam keberhasilan adopsi inovasi tersebut. Dalam proses ini, komunikasi yang berlangsung secara efektif menjadi faktor kunci yang penting.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada Dewan Redaksi dan Redaksi Pelaksana Forum Penelitian Agro Ekonomi yang telah memberikan saran perbaikan serta melayani penyempurnaannya. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu menyediakan data, informasi, serta pengetahuan dan temuan-temuan studi untuk penyempurnaan penulisan naskah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [Deptan] Departemen Pertanian. 2007. Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 273/Kpts/OT.160/4/2007 Tentang Pedoman Pembinaan Kelembagaan Petani. Jakarta (ID): Deptan.
- Adawiyah CR. 2017. Peran Komunikasi Kelompok Tani dalam Adopsi inovasi: Kasus Upsus PAJALE di Kabupaten Malang. [Thesis]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Andriaty E, Setyorini E. 2012. Ketersediaan Sumber Informasi Teknologi Pertanian di Beberapa Kabupaten di Jawa. *Jurnal Perpustakaan Pertanian* 21(1): 30-35.
- Bales RF, Strodtbeck FL. 1951. Phases in group problem-solving. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 46: 485-495.
- Beebe SA, John TM. 2006. *Communicating in Small Groups Principles and Practices* (8 ed.). Boston: Pearson Education, Inc.
- Borg J. 2008. *Body Language: 7 Easy Lessons to Master the Silent Language*. Prentice Hall life.
- Bungin B. 2009. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta (ID): Penerbit Kencana.
- Daft RL. 2006. *Manajemen*. Edisi Keenam. Jakarta (ID): Salemba Empat.
- Dault A. 2007. Peningkatan peran pemuda dalam pembangunan kelautan dan perikanan di Kabupaten Sukabumi Jawa Barat. Ringkasan

- disertasi, sekolah pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.
- Frey LR. 2016. Small-Group Communication. <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0037.xml>. last reviewed 19 May 2016. DOI: 10.1093/obo/9780199756841-0037
- Hariadi SS. 2011. Dinamika Kelompok. Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta (ID): Universitas Gadjah Mada.
- Harinta YW. 2010. Hubungan Sosial Ekonomi Petani dan Kualifikasi Penyuluh Terhadap Adopsi Teknologi Pengelolaan Tanaman dan Sumber daya Terpadu Budi daya Padi (*Oryza sativa*). Jurnal Widyatama 19(2). Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
- Harmoko, Darmansyah E. 2016. Akses informasi pertanian melalui media komunikasi pada kelompok tani di Kabupaten Sambas dan Kota Singkawang. Jurnal Komunikator 8(1). Tersedia di file:///C:/Users/ICUT/Downloads/1790-6331-1-PB.pdf
- Hasanuddin. 2005. Adopsi inovasi dalam kegiatan usaha tani pada beberapa spesifik sosial budaya petani di Provinsi Lampung. Agrijati 1(1): 22. [diunduh 10 Februari 2016].
- Indraningsih KS. 2010. Penyuluhan pada petani marginal: kasus adopsi inovasi usaha tani terpadu lahan kering di Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. [disertasi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor. [Internet]. [Diunduh tanggal 2017 Sept 25]. Tersedia dari: <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/55076>
- Johnson D, Johnson R. 1991. Cooperative learning: increasing college faculty instructional productivity. Jossey-Bass.
- Kreitner R, Kinicki A. 2005. *Perilaku Organisasi*. Salemba empat, Jakarta.
- Leeuwis C. 2009. Komunikasi untuk inovasi pedesaan. Yogyakarta (ID): Kanisius.
- Liliweri A. 2011. Komunikasi serba ada serba makna. Jakarta (ID): Prenada Media Group.
- Mabry EA, Barnes RE. 1980. The dynamics of small group communication. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Mardikanto T. 1993. Penyuluhan Pembangunan Pertanian. Surakarta (ID): Sebelas Maret University Pr.
- Mosher AT. 1987. Menggerakkan dan Membangun Pertanian Syarat-Syarat Pokok Pembangunan dan Modernisasi. CV Yasaguna. Terjemahan dari: *Getting Agriculture Moving*.
- Mulyandari R. 2011. Cyber extension sebagai media komunikasi dalam pemberdayaan petani sayuran. [disertasi]. Bogor (ID): Sekolah Pascasarjana IPB.
- Oladele Ol. 2008. Research-Extension-Farmers Linkage Sistem on Banana and Plantain (Musa spp.) in Nigeria: The Diffusion of Innovations. Nigeria: Department of Agricultural Extension and Rural Development University of Ibadan. Proc. IC on Banana & Plantain in Africa. [internet]. Dapat diunduh di http://www.banana2008.com/cms/details/acta/879_92.pdf. Tanggal unduh 16 Agustus 2016.
- Onong UF. 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya. Cet. Ke-19.
- Poole M, Roth J. 1989. Decision development in small groups V: test of a contingency model. Human Communication Research. 15(4): 549-589. doi:10.1111/j.1468-2958.1989.tb00199.x.
- Rahmadani S. 2010. Hubungan efektivitas komunikasi antar pribadi dengan tingkat partisipasi petani dalam kelompok tani di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar. [skripsi]. [internet]. [dikutip 2016 Nov 1]. [Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret]. Tersedia dari: digilib.uns.ac.id/pengguna.php?mn=detail&d_id=13494Riduwan. 2013. Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung (ID): Alfabeta.
- Rakhmat J. 2009. Psikologi Komunikasi. Bandung (ID): Remaja Rosdakarya.
- Riswandi. 2009. Ilmu Komunikasi. Yogyakarta (ID): Graha Ilmu.
- Robert FB.1950. Interaction Process Analysis: A Method for the Study of Small Groups, Cambridge: Addison-Wesley.
- Rogers EM, Shoemaker FF. 1971. Communication of innovation. second edition. New York (US): The Free Press.
- Rogers EM. 2003. Diffusions of innovations. 5th edition. New York (US): Free Press.
- Ronald BA, and George R. 2000. Understanding Human Communication. Oxford. Tenth edition. Oxford University Press.
- Samsudin. 1987. Dasar-dasar penyuluhan dan modernisasi pertanian. Bandung (ID): Bina Cipta.
- Sarwono SW. 2005. Psikologi sosial: psikologi kelompok dan psikologi terapan. Jakarta (ID): Balai Pustaka.
- Sean MacBride, dkk. 1983. Aneka Suara Satu Dunia, Terjemahan dari Many Voices One World, Cetakan Pertama. Jakarta: Balai Pustaka-Unesco, hal 25
- Seyfarth B. 2000. Structuration theory in small group communication: a review and agenda for future research. Journal Annals of the International Communication Association. 23: 341-380. Published online: 18 May 2016. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23808985.2000.11678977>. <http://dx.doi.org/10.1080/23808985.2000.11678977>
- Soekartawi. 2003. Teori ekonomi produksi dengan pokok bahasan analisis fungsi cobb-douglas. Jakarta (ID): PT Raja Grafindo Persada.

- Soekartawi. 2005. Prinsip Dasar Komunikasi Pertanian. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Subagyo, Rusidi, Sekarningsih R. 2005. Kajian faktor-faktor sosial yang berpengaruh terhadap adopsi inovasi usaha perikanan laut di Desa Pantai Selatan Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. [Internet]. [diunduh 10 Februari 2016]. Tersedia dari: <http://www.bbp2tp.litbang.deptan.go.id>
- Tomatala GSJ. 2008. Kompetensi dan keberdayaan peternak dalam pengembangan usaha peternakan sapi potong: kasus Kabupaten Seram Bagian Barat Provinsi Maluku [disertasi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Walgito B. 2007. Psikologi kelompok. Yogyakarta (ID): Penerbit Andi Offset.
- Warda H, Wastutiningsih SP. 2011. Pengaruh belajar sosial pada sekolah lapang pengelolaan tanaman terpadu terhadap adopsi dan difusi teknologi padi. Thesis. Pascasarjana UGM. [Internet]. [Diunduh 3 April 2017]. Tersedia pada http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=50739
- Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta (ID): Gramedia Wiasarana.
- Yusuf Y. 1989. *Dinamika Kelompok*. Bandung (ID): CV. Armico.
- Zakaria AK. 2010. Program pengembangan agribisnis kedelai dalam peningkatan produksi dan pendapatan petani. *Jurnal Litbang Pertanian* 29(4): 147-153. Bogor (ID): Pustaka