

# PENDEKATAN ANALISIS JALUR UNTUK PERCEPATAN ADOPSI AYAM KUB MELALUI MEDIA ELEKTRONIK

**Path Analysis Approach to Accelerate the KUB Chicken Adoption Through Electronic Media**

Retno Dwi Wahyuningrum and Gunawan

Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Yogyakarta, Jl. Stadion Maguwoharjo No. 22 Wedomartani Ngemplak Sleman, Yogyakarta, Indonesia  
Telp. (0274) 884662, Fax. (0274) 4477052  
E-mail: retno\_pranowo@yahoo.co.id

(Makalah diterima, 25 November 2015 – Disetujui, 3 Juni 2016)

## ABSTRAK

Media diseminasi inovasi yang efektif adalah media elektronik, baik radio maupun televisi (TV). Namun karakter peternak mempengaruhi proses diseminasi. Penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki cara diseminasi melalui media elektronik mempertimbangkan karakter audien. Penelitian dilakukan dengan 114 responden, terdiri atas 57 orang yang menerima informasi ayam KUB melalui radio dan 57 orang menerima informasi melalui TV. Responden dipilih 50% dari total anggota kelompok secara acak sederhana dari empat kelompok peternak ayam kampung, yaitu dua kelompok di Kabupaten Sleman dan dua kelompok di Kabupaten Bantul. Penelitian dilakukan selama bulan Juli hingga November 2014. Variabel yang diamati adalah karakter peternak (umur, jenis kelamin dan tingkat pendidikan), pengetahuan, sikap serta motivasi peternak dalam adopsi ayam KUB. Pengetahuan, sikap dan motivasi responden dievaluasi menggunakan kuesioner, setelah responden memperoleh informasi tentang ayam KUB melalui radio atau TV. Skor hasil kuesioner dalam bentuk data interval menggunakan skala *Likert*. Uji validitas dan realibilitas kuesioner serta normalitas data menggunakan SPSS 21. Uji perbedaan pengaruh media radio dan TV terhadap tingkat pengetahuan, sikap dan motivasi dalam adopsi ayam KUB menggunakan uji-t. Analisis jalur menggunakan AMOS seri 21 untuk menguji pengaruh variabel karakter, pengetahuan dan sikap terhadap motivasi. Hasil penelitian menunjukkan media TV lebih baik daripada radio dalam diseminasi inovasi karena peternak menjadi sangat tahu dan ingin menerapkan ayam KUB. Media radio lebih sesuai bagi peternak laki-laki, yang lebih termotivasi untuk mengadopsi ayam KUB dari pada peternak perempuan. Media TV lebih sesuai bagi peternak berpendidikan rendah, yang lebih termotivasi menerima inovasi ayam KUB daripada yang berpendidikan tinggi.

**Kata kunci:** Analisa jalur, percepatan adopsi, media elektronik, ayam KUB

## ABSTRACT

An effective media dissemination is through electronic media, which includes radio and television. Yet, the farmer character was also influenced to dissemination process. The aim of this study improved dissemination method that consider the charactersaudience of radio and television. The study was conducted to 114 respondents, which consist of 57 recipients of the information about KUB chicken through radio and 57 recipients through television media. The respondents was simple randomly selected 50% from total members of each 4 farmer breeder groups, which are 2 groups from Sleman Regency and 2 groups from Bantul Regency. The research was done on July – November 2014. Some observed variables was the farmer characters (age, gender and level of education), knowledge, attitude and farmer motivation for KUB chicken adoption. The knowledge, attitude and respondents motivation were evaluated using questionnaire, which was taken after the respondents received the information through radio or television. The score of questionnare was stated to the interval data, which used Likert scale. Validity andrealibility test of the questionnaire, also normality data were done by SPSS version 21. The differences influenced of radio and television to knowledge, attitude and motivation to adopt the KUB chicken were tested byt-test. The path analysis was used AMOS version 21 to test some factors that affected to the farmer knowledge, attitude and motivation. The result of study shown that television media was well disseminated of innovation than radio, because it should changed the farmer well known and wanted to adopt the KUB chicken. The radio media more suitable for male audience,that had higher motivation than woman. Since accelerating adoption of KUB chicken would be accured if the audience of television mediawere the lower educated farmer, which more motivated than the higher one.

**Key words:** path analysis, accelerating adoption, electronic media, KUB chicken

## PENDAHULUAN

Inovasi pertanian mencakup teknologi dan rekayasa kelembagaan agribisnis hasil penelitian atau pengkajian (Andries, 2012). Inovasi pertanian sampai dengan diadopsi petani dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya sumber pesan, penerima dan media penyampai pesan. Sumber pesan dapat berupa lembaga atau perorangan, baik dalam hierarki struktur pemerintah maupun lembaga nonformal. Penerima pesan dapat berupa kelompok maupun pribadi, sedangkan media penyampai pesan bisa media massa dalam bentuk media elektronik, tercetak atau media sosial. Menurut Sukmadinata (2003), faktor media penyampai pesan berpengaruh terhadap keberhasilan proses diseminasi.

Sejak menerima pesan sampai menerapkan atau mengadopsi inovasi, seseorang mengalami proses yang panjang dan membutuhkan waktu. Percepatan adopsi dapat diartikan sebagai memotong tahapan atau menyingkat waktu yang dibutuhkan dalam proses adopsi (Hendayana, 2014). Faktor penerima pesan yang paling berpengaruh terhadap percepatan adopsi inovasi adalah karakteristik sasaran (Amin, 2014). Marliani *et al.* (2008) mengajukan bahwa dalam kegiatan penyuluhan agar memperhatikan karakter petani sasaran. Karakter petani sasaran sebagai variabel antara lain umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, status sosial. Menurut Hariadi (2011), karakter sasaran selama ini kurang menjadi perhatian dalam pertimbangan pemilihan media diseminasi, sehingga bisa menjadi penyebab kurang lancarnya proses diseminasi inovasi.

Hambatan lain yang terjadi saat ini adalah kurang tepatnya inovasi menjawab kebutuhan serta akses terhadap inovasi tersebut, yang menyebabkan terlambatnya inovasi/teknologi sampai kepada petani (Margono dan Sugimoto, 2011). Menurut Indraningsih (2011), petani akan mengadopsi teknologi jika terkait dengan aspek kebutuhan dan preferensi mereka terhadap teknologi. Preferensi petani terhadap teknologi dipengaruhi oleh manfaat langsung dari teknologi berupa keuntungan relatif, kesesuaian dengan nilai sosial budaya dan kebiasaan usahatani serta rumit tidaknya penerapan teknologi tersebut.

Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (Balitbangtan) pada tahun 2012 memperkenalkan inovasi baru berupa teknologi budidaya Ayam KUB (Kampung Unggul Balitbangtan). Ayam KUB mulai diperkenalkan di DIY sejak tahun 2013 di Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Pengenalan ayam KUB dilakukan pada saat animo beternak ayam kampung di DIY menurun, baik jumlah maupun kegiatannya (BPS DIY, 2015). Ayam KUB memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan ayam kampung, yaitu produksi telur mencapai dua kali lipat dan pertumbuhannya juga dua kali lebih cepat dibandingkan dengan ayam kampung (Hidayat *et al.*, 2011). Diharapkan materi ayam KUB menjadi pesan yang mampu menjawab kebutuhan peternak.

Saat ini masyarakat dihadapkan pada banyak pilihan berita atau hiburan. Menurut Paramita *et al.* (2013), radio dan televisi (TV) merupakan media penyampai pesan yang dianjurkan sebagai media diseminasi massal karena sebarannya luas. Pada kelompok tertentu, metode komunikasi secara tatap muka lebih efektif, namun memerlukan biaya dan waktu lebih banyak (Salampessy, 2012). Mardikanto (1993) mengatakan dalam setiap proses komunikasi sedikitnya ada satu dari empat hal yang diperlukan dalam komunikasi, yaitu informatif, edukatif, persuasif dan entertainment. Komunikasi dan penyebaran informasi yang kurang memadai dapat menghambat proses diseminasi dan menyebabkan lambatnya adopsi inovasi pertanian di banyak negara berkembang (Das, 2012).

Dalam rangka percepatan adopsi ayam KUB maka perlu dilakukan perbaikan cara diseminasi melalui media elektronik yaitu dengan mempertimbangkan karakter sasaran. Pendekatan yang dilakukan adalah analisis jalur untuk mengetahui pengaruh karakter sasaran terhadap motivasi adopsi yang informasinya diterima melalui media elektronik. Karakter sasaran yang diuji adalah umur, jenis kelamin dan tingkat pendidikan peternak. Percepatan adopsi dilihat berdasarkan pengaruh yang ditimbulkan setelah menerima informasi melalui media elektronik, yaitu tingkat pengetahuan, sikap dan motivasi adopsi ayam KUB. Media elektronik yang diuji adalah radio dan TV yang dikemas dengan menambahkan unsur *entertainment*. Inovasi yang diperkenalkan adalah ayam KUB, merupakan informasi baru bagi responden. Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap proses adopsi digunakan pendekatan analisis jalur. Analisa jalur, sebagai pengembangan dari analisa regresi berganda, lebih detil mengungkapkan jalur dan besarnya pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya baik bersifat langsung maupun tidak langsung (Ghozali, 2013).

Penelitian bertujuan untuk memperbaiki diseminasi hasil penelitian melalui media elektronik.

## MATERI DAN METODE

### Lokasi, Waktu dan Jumlah Responden

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli hingga November 2014, melibatkan 114 responden, yang terdiri atas 57 orang menerima informasi ayam KUB melalui radio dan 57 orang melalui TV. Responden dipilih 50% secara acak sederhana dari jumlah anggota kelompok peternak ayam kampung. Empat kelompok peternak ayam kampung dipilih secara acak, dua kelompok dari Kab. Sleman dan dua kelompok dari Kab. Bantul. Masing-masing kelompok dari kabupaten diundi untuk menerima informasi ayam KUB melalui radio atau TV.

## Media Diseminasi yang Digunakan

Media diseminasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah radio dan TV. Isi rekaman radio dan TV tersebut adalah informasi tentang karakteristik ayam KUB, keunggulan dan tipe usaha, serta tatacara pemeliharaan. Informasi pada media radio dan TV dikemas dalam bentuk sandiwara dengan lawakan dalam bahasa campuran antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa. Durasi sandiwara radio adalah 45 menit, yang terbagi atas tiga sesi yaitu pembuka, isi dan penutup atau kesimpulan, masing-masing sesi diselingi dengan lagu campusari atau gamelan. Kemasan sandiwara TV juga berdurasi 45 menit, yang terbagi atas empat segmen. Tiap segmen diselingi lagu Jawa atau lagu Indonesia populer yang dibawakan secara langsung oleh pemusik.

## Metode Pengambilan Data

Pengambilan data menggunakan metode wawancara berpanduan dengan kuesioner. Wawancara dilakukan setelah responden mendengarkan rekaman radio atau menonton tayangan TV tentang ayam KUB. Kuesioner, sebagai pengumpul data, dibuat dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan terkait ayam KUB, yang memuat variabel pengetahuan, sikap dan motivasi. Masing masing variabel terdiri atas 20 pertanyaan dan pernyataan dengan pilihan jawaban: sangat tidak setuju atau sangat tidak ingin (STS/STI), tidak setuju atau tidak ingin (TS/TI), ragu-ragu (R), setuju atau ingin (S/I) dan sangat setuju atau sangat ingin (SS/SI). Skor tingkat pengetahuan, sikap dan motivasi dikonversi ke dalam skala *Likert* sehingga menjadi data interval.

## Variabel yang Diamati

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah karakter peternak, pengetahuan, sikap dan motivasi. Karakter peternak meliputi jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan. Jenis kelamin dibedakan atas laki-laki dan perempuan yang merupakan *dummy variable* dengan simbol 1 untuk laki-laki dan 0 untuk perempuan. Umur merupakan umur responden yang diukur dalam satuan tahun, dari tahun kelahiran sampai dengan saat wawancara dilakukan. Umur dibagi menjadi tiga, yaitu umur 1-14 tahun disebut anak-anak atau golongan yang belum produktif, kelompok umur 15-64 tahun disebut golongan angkatan kerja (tidak termasuk orang yang bersekolah dan pensiun), dan kelompok umur 65 tahun ke atas yang disebut usia tidak produktif atau lanjut usia (Prawiro, 1983; Mantra, 1991). Pendidikan dilihat dari tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden, ditulis berdasarkan lama pendidikan ditempuh dalam satuan tahun. Tingkat pendidikan SD 6 tahun, SLTP 9 tahun, SLTA 12 tahun, D-1 13 tahun, D-2 14 tahun, D-3 15 tahun, D-4 atau S-1 16 tahun, dan S-2 18 tahun.

## Analisis Data

Uji validitas dan realibilitas terhadap kuesioner serta normalitas data dilakukan menggunakan SPSS 21 for windows. Koefisien r-hitung lebih tinggi dari r-tabel (0,2586), sehingga hampir semua pertanyaan dalam kuesioner adalah valid, sesuai pendapat Ancok (2002). *Nilai alpha Cronbach* variabel pengetahuan, sikap dan motivasi berturut-turut adalah 0,83; 0,75 dan 0,87 untuk media radio serta 0,89; 0,89 dan 0,93 untuk media TV. Menurut Ghazali (2013), jika nilai koefisien alpha cronbach lebih dari 0,6 maka instrumen kuesioner adalah reliabel. Dari grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual* memperlihatkan nilai-nilai residual menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal, sehingga data dapat dikatakan menyebar secara normal (Santoso, 2015).

Untuk mengetahui tingkatan variabel pengetahuan, sikap dan motivasi, maka skor nilai rata-rata tiap variabel dibandingkan dengan kisaran skor nilai minimal dan nilai maksimal yang mungkin diperoleh dari masing-masing variabel. Ada lima tingkatan yang digunakan yaitu Sangat Tidak Tahu / Setuju/Ingin, Tidak Tahu / Setuju / Ingin, Ragu-ragu, Tahu / Setuju / Ingin, Sangat Tahu / Setuju / Ingin. Untuk mengetahui pengaruh media radio atau TV diukur pencapaian tingkat pengetahuan, sikap dan motivasi adopsi ayam KUB dan dilakukan uji-t. Uji ini untuk membuktikan perbedaan tingkat pengetahuan, sikap dan motivasi peternak setelah memperoleh informasi melalui radio atau TV.

Untuk mengetahui pengaruh variabel terhadap motivasi adopsi ayam KUB yang disampaikan melalui radio atau TV digunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur dilakukan untuk mengetahui pengaruh umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengetahuan dan sikap terhadap motivasi adopsi inovasi ayam KUB yang diperoleh melalui radio atau TV, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hasil analisis jalur dengan Amos versi 21 diuji *goodness of fit model*. Hipotesis yang diujicoba adalah: Ho = tidak ada perbedaan model hipotetis dengan data; Ha = ada perbedaan model hipotetis dengan data. Ho diterima apabila nilai *Chi-Square* tidak signifikan ( $p > 0,05$ ) dan Ho ditolak apabila nilai *Chi-Square* signifikan ( $p < 0,05$ ) (Ghozali, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakter Peternak Sasaran

Peternak ayam buras di Kab. Sleman dan Kab. Bantul, DIY, didominasi oleh laki-laki, berturut-turut 57% dan 60%. Kondisi ini sama dengan profil petani yang bekerja di sawah yang didominasi oleh laki-laki, bahkan mencapai 80% (Wahyuningrum *et al.*, 2010). Sesuai dengan budaya Jawa, yaitu perempuan ada di belakang sedangkan laki-laki ada di depan, sehingga pekerjaan

di lingkungan luar rumah-tangga dilakukan oleh laki-laki, sedangkan usaha di lingkungan rumah tangga dilakukan oleh perempuan. Peternak laki-laki muncul sebagai anggota kelompok peternak meskipun dalam pengelolaan usaha ternak ayam buras belum tentu dilakukan oleh laki-laki.

Berdasarkan klasifikasi umur produktif menurut Prawiro (1983) dan Mantra (1991), peternak yang mendapatkan informasi ayam KUB melalui radio maupun TV adalah 95–98% umur produktif (15–65 tahun) dan 2–5% umur tidak produktif (di atas 65 tahun). Menurut Soekartawi (2005), usia sangat berpengaruh terhadap semangat untuk mencoba dan melaksanakan apa yang telah disampaikan oleh penyuluh. Bahkan Mardikanto (1993) menyatakan bahwa usia sangat berpengaruh terhadap kemampuan mengadopsi inovasi, petani tua cenderung melaksanakan kegiatan yang telah biasa dilakukan oleh masyarakat setempat. Umur merupakan faktor intrinsik yang diyakini mempengaruhi penggunaan sistem informasi. Perbedaan umur berhubungan dengan kesulitan dalam memproses stimulus kompleks dan mengalokasikan perhatian kepada informasi (Plude dan Hoyer *dalam* Jogyianto, 2007).

Tingkat pendidikan menjadi faktor internal yang berpengaruh terhadap persepsi inovasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan semakin rasional mempertimbangkan suatu keputusan. Peternak yang menerima informasi ayam KUB melalui radio memiliki tingkat pendidikan SLTA ke atas adalah 48%, sedangkan responden TV 53%. Dengan adanya audiens berpendidikan tinggi diharapkan penerimaan informasi teknologi ayam KUB akan lebih mudah diadopsi. Menurut Mardikanto (1993), tingkat pendidikan seseorang berpengaruh terhadap kapasitas belajarnya, karena belajar membutuhkan pola pikir dan daya analitik agar mudah memahami suatu hal. Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pengembangan pemikiran, perasaan dan kehendak serta kemampuan dalam mengambil keputusan. Semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin tinggi pula kemampuan untuk menerima, menyaring dan menerapkan inovasi (Kartasapoetra, 1994).

Tabel 1. Tingkat Pengetahuan Responden Setelah Memperoleh Informasi Ayam KUB melalui Radio atau TV

No	Media Elektronik	Rerata Pengetahuan	Standar Deviasi	Standar Error	Kisaran Skor (STT – ST)	Tingkat Pengetahuan*)
1.	Radio	68,46	8,23	1,09	0 - 100	T
2.	TV	77,44	10,37	1,37	0 - 85	ST

\*) STT = Sangat Tidak Tahu, TT= Tidak Tahu, R = ragu-ragu, T = Tahu, ST = Sangat Tahu

Hasil analisa Tukey HSD

F hitung = 11,269      F tabel = 2,241

Signifikansi:            0,01\*\*

$\alpha$                     0,05 (5%)\*

### Pengaruh Media Elektronik terhadap Pengetahuan, Sikap dan Motivasi Peternak

Pengukuran pengaruh suatu media yang paling mendasar adalah dari pengetahuan. Seseorang setelah menerima informasi, pertama-tama menjadi tahu, kemudian meningkat menjadi paham, aplikasi, analisis, sintesis dan evaluasi (Notoatmodjo, 2003).

Tabel 1 menunjukkan bahwa informasi ayam KUB yang disampaikan melalui radio membuat responden menjadi tahu (T), sedangkan yang melalui TV menjadikan responden sangat tahu (ST). Secara uji-t,  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< \alpha$  maka ada perbedaan sangat nyata antara tingkat pengetahuan responden yang mendapat informasi melalui TV dengan radio (tingkat kepercayaan 95%). Perbedaan ini diduga karena dalam siaran radio hanya mengandalkan indera pendengaran, sedangkan tayangan TV menggunakan indera pendengaran dan penglihatan. Slamet (1992) menyatakan bahwa semakin banyak indera yang terlibat dalam penerimaan informasi, semakin tinggi pengetahuan dan ingatannya akan informasi tersebut. Di samping itu, informasi melalui radio terdapat muatan lawak yang kemungkinan mengganggu konsentrasi responden ketika mendengarkan informasi mengenai ayam KUB.

Pengaruh media penyampai pesan juga diukur berdasarkan sikap seseorang setelah memperoleh informasi. Sikap merupakan mekanisme mental untuk mengevaluasi, membentuk pandangan dan mewarnai perasaan yang akan menentukan perilaku seseorang terhadap suatu obyek (Azwar, 2000).

Tabel 2 menunjukkan bahwa sikap responden yang memperoleh informasi melalui radio dalam kisaran 0–40 dengan rata-rata 17,37, artinya responden ragu-ragu, dan melalui TV dalam kisaran 0–61 dengan rata-rata 28,49, artinya responden juga ragu-ragu (R). Tetapi dari uji-t terhadap tingkat ragu-ragu dari sikap responden radio dan TV berbeda nyata dengan tingkat kepercayaan 95%, karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< \alpha$ . Hal ini menunjukkan keraguan sikap responden TV cenderung ke arah setuju untuk menerima ayam KUB.

Keadaan ini dapat diterangkan oleh Rasyid (2012), bahwa media radio hanya cocok untuk pesan bersifat penerangan, karena ranah yang tersentuh adalah kognitif, belum menyentuh ranah afektif dan psikomotorik. Ranah afektif dan psikomotorik lebih mengarah kepada pembentukan sikap. Itu sebabnya pengukuran sikap responden yang memperoleh informasi melalui radio dan TV belum jelas perbedaannya.

Pengaruh media penyampai pesan juga diukur dari motivasi seseorang untuk mengadopsi inovasi yang disampaikan. Dengan mengukur motivasi seseorang setelah memperoleh informasi, maka akan diketahui apakah seseorang terdorong untuk mengadopsi inovasi tersebut atau tidak. Motivasi responden setelah mendapat informasi tentang ayam KUB melalui radio adalah ragu-ragu (R), sedangkan melalui TV termotivasi ingin (I) untuk mengadopsi ayam KUB (Tabel 3). Uji-t menunjukkan bahwa motivasi yang ditimbulkan oleh media radio berbeda nyata dengan TV (tingkat kepercayaan 95%), karena nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi  $< \alpha$ .

Responden yang memperoleh informasi melalui media radio motivasinya ragu-ragu (R), karena sikapnya ragu-ragu (R) dan tingkat pengetahuan hanya pada tahu (T). Responden yang memperoleh informasi melalui media TV motivasinya ingin (I) mengadopsi, karena sikapnya

cenderung setuju dan pengetahuannya sangat tahu (ST). Motivasi merupakan kondisi mental yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan (*action* atau *activities*) dan memberikan kekuatan yang mengarah kepada pencapaian kebutuhan atau memberi kepuasan (Siagian, 1989).

### **Analisis Jalur Pengaruh Karakter Sasaran terhadap Percepatan Adopsi**

Analisis jalur pengaruh karakter peternak terhadap motivasi untuk menerapkan inovasi yang diterima melalui media radio dengan model yang sesuai kondisi riil di lapang (Ghozali, 2013) disajikan pada Gambar 1. Faktor yang berpengaruh terhadap motivasi setelah menerima informasi melalui radio adalah umur (-21%), jenis kelamin (25%), tingkat pendidikan (-19%) dan sikap (37%).

Faktor umur berpengaruh negatif (-21%) terhadap motivasi, artinya semakin tua peternak semakin rendah motivasinya. Seperti dijelaskan di depan bahwa Mardikanto (1993) dan Soekartawi (2005) berpendapat usia tua sangat berpengaruh negatif terhadap proses adopsi inovasi. Dalam penelitian ini, 98% responden terdiri atas peternak produktif dengan umur 15 s/d 65 tahun, sehingga masih memiliki motivasi tinggi untuk mengadopsi.

Tabel 2. Sikap responden setelah memperoleh informasi ayam KUB melalui radio atau TV

Media	Rata-rata sikap	Standar deviasi	Standar error	Kisaran skor (STS – SS*)	Makna sikap*
Radio	17,37	5,04	0,67	0 - 40	R
TV	28,49	8,13	1,08	0 - 61	R

\*) STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, R = ragu-ragu, S = Setuju, SS = Sangat Setuju

Hasil analisis Tukey HSD

F hitung = 98,414      F tabel = 2,241

Signifikansi:                  0,01\*\*

$\alpha$                           0,05 (5%)\*

Tabel 3. Motivasi responden setelah memperoleh informasi ayam KUB melalui radio atau TV

Media	Rata-rata motivasi	Standar revisi	Standars error	Kisaran skor (STI – SI*)	Makna motivasi*
Radio	22,93	7,41	0,98	0 – 48	R
TV	31,30	8,60	1,14	0 – 54	I

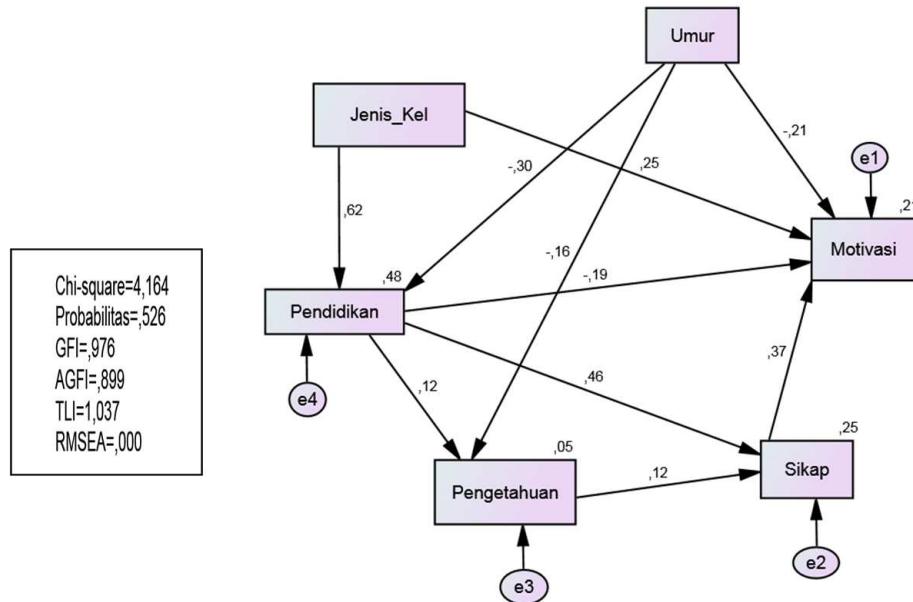
\*) STI = Sangat Tidak Ingin, TI= Tidak Ingin, R = ragu-ragu, I = Ingin, SI = Sangat Ingin

Hasil analisa Tukey HSD

F hitung = 38,082      F tabel = 2,241

Signifikansi:                  0,01\*\*

$\alpha$                           0,05 (5%)\*



Gambar 1. Analisa jalur pengaruh karakter peternak terhadap motivasi untuk menerapkan inovasi yang diterima melalui media radio

Tingkat pendidikan formal berpengaruh negatif (-19%) terhadap motivasi, artinya semakin tinggi tingkat pendidikan semakin rendah motivasi untuk adopsi ayam KUB. Seperti dijelaskan di depan, semakin tinggi tingkat pendidikan maka seseorang semakin analitis dan logis dalam mencerna setiap informasi (Mardikanto, 1993 dan Kartasapoetra, 1994). Dalam penelitian ini, 48% peternak yang menerima informasi ayam KUB melalui radio lulusan SLTA ke atas. Dari segi tingkat pendidikan, hanya setengah responden yang diharapkan mengadopsi ayam KUB.

Jenis kelamin berpengaruh cukup besar terhadap motivasi yaitu 25%, artinya peternak laki-laki lebih termotivasi mengadopsi inovasi ayam KUB daripada peternak perempuan. Dalam penelitian ini, 57% responden yang memperoleh informasi melalui media radio adalah laki-laki. Oleh karena itu, diseminasi ayam KUB melalui media radio lebih sesuai ditujukan kepada peternak laki-laki daripada peternak perempuan.

Di antara faktor-faktor yang berpengaruh langsung terhadap motivasi adopsi ayam KUB, sikap mempunyai pengaruh terbesar (37%) dan faktor terbesar yang berpengaruh terhadap sikap adalah tingkat pendidikan formal (46%). Dengan demikian, perbaikan sikap responden berpendidikan tinggi terhadap suatu inovasi yang diperoleh melalui radio berpengaruh besar terhadap motivasi adopsi.

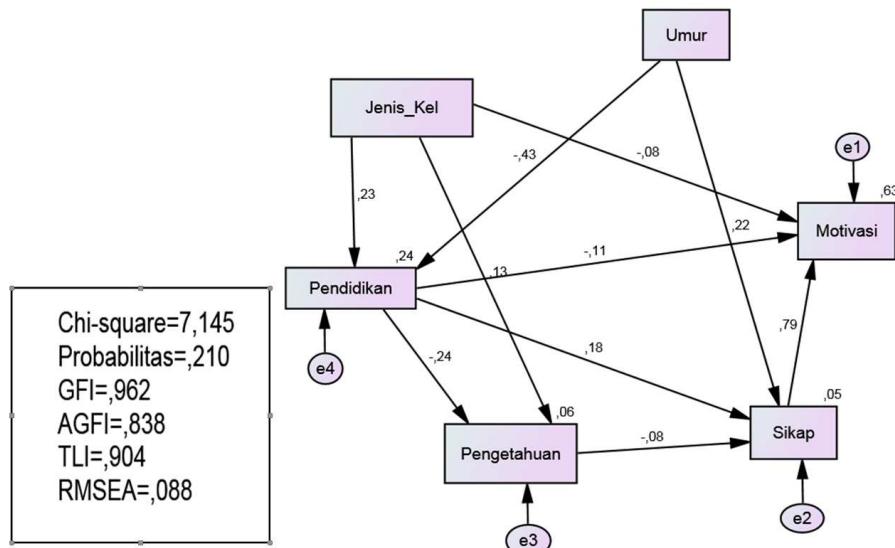
Analisis jalur pengaruh karakter peternak terhadap motivasi untuk menerapkan inovasi yang diterima melalui media TV dengan model yang sesuai kondisi riil di lapang (Ghozali, 2013) disajikan pada Gambar 2. Motivasi adopsi peternak yang memperoleh informasi ayam KUB melalui TV dipengaruhi oleh jenis kelamin (-8%), pendidikan (-11%) dan sikap peternak (79%) terhadap informasi tersebut.

Jenis kelamin berpengaruh negatif (-8%) terhadap motivasi, artinya peternak perempuan lebih termotivasi daripada laki-laki dalam mengadopsi ayam KUB. Hal ini mudah dipahami, mengingat budidaya ayam kampung umumnya dilakukan oleh para perempuan, yang kegiatannya di sekitar rumah sehingga bisa dikerjakan sambil mengurus rumah tanpa keluar rumah. Dalam penelitian ini, 60% peternak yang memperoleh informasi ayam KUB melalui TV adalah laki-laki, sehingga kecil kemungkinan untuk mengadopsi ayam KUB.

Pendidikan berpengaruh langsung secara negatif (-11%) terhadap motivasi, semakin tinggi tingkat pendidikan maka kemungkinan motivasi untuk beternak ayam KUB semakin rendah. Tingkat pendidikan responden TV adalah 53% SLTA ke atas, sehingga harapan adopsi ayam KUB dari responden TV menjadi rendah. Dalam penelitian ini, tingkat pendidikan juga berpengaruh secara tidak langsung (yaitu melalui sikap) sebesar 18%. Oleh karena itu, media TV sesuai digunakan sebagai media diseminasi ayam KUB bagi peternak berpendidikan rendah agar inovasi ayam KUB agar lebih cepat diadopsi.

## KESIMPULAN

Pengaruh media TV lebih besar daripada media radio dalam meningkatkan pengetahuan dan motivasi adopsi. Percepatan adopsi ayam KUB melalui media radio terjadi apabila ditujukan kepada peternak laki-laki, yang lebih termotivasi mengadopsi daripada peternak perempuan. Percepatan adopsi ayam KUB melalui TV terjadi bila sasarnya adalah peternak berpendidikan rendah, yang lebih termotivasi daripada berpendidikan tinggi.



Gambar 2. Analisa jalur pengaruh karakter peternak terhadap motivasi untuk menerapkan inovasi yang diterima melalui TV

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. Sunarru Samsi Hariadi, dari Fakultas Pertanian UGM, Ir. Rachmat Hendayana, MS., APU, Prof. Dr. Elna Kurmwati dan Prof. Dr. Ir. Tjeppy D. Soejana, MSc. dari Badan Litbang Pertanian atas bimbingan dan bantuan dalam menyelesaikan tulisan ini.

Terima kasih juga disampaikan kepada mahasiswa UGM yang telah membantu menjadi enumerator saat wawancara pengumpulan data. Juga kepada anggota kelompok ternak yang telah menjadi responden. Teman-teman BPPT Yogyakarta: Suparjana SST. dan Sulasmi, SST. yang telah membantu penelitian ini. Penghargaan kepada jajaran Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian yang telah mendanai penelitian ini melalui KKP3SL pada tahun 2014.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. 2002. Teknik Penyusunan Skala Pengukur. Pusat Penelitian Kependudukan UGM, Yogyakarta. 213 hlm.

Andries, N. 2012. Diseminasi Teknologi Pertanian. Pertanian Hijau. <http://agronomi3000.blogspot.com/2012/05/diseminasi-teknologi-pertanian.html>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2015.

Amin, M. 2014. Efektivitas dan perilaku petani dalam memanfaatkan teknologi informasi berbasis cyber extension. Jurnal Informatika Pertanian 23(2): 205 - 210.

Azwar, S., 2000. Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya. Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Hlm. 78 – 81.

dalam Workshop Peningkatan Kapasitas Sumberdaya Peneliti Sosial Ekonomi dalam Analisis Sosial dan Kebijakan Pertanian di Bogor, 19 Oktober – 1 November 2014. 28 hlm.

Indraningsih, K.S. 2011. Pengaruh penyuluhan terhadap keputusan petani dalam adopsi inovasi teknologi usahatani terpadu. Jurnal Agro Ekonomi (JAE). 29 (1): 1-24.

Jogiyanto, H.M. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Penerbit Andi. Yogyakarta. Ed. Pertama. Hlm. 71.

Kartasapoetra, A.G. 1994. Teknologi Penyuluhan Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta. 198 hlm.

Mantra, I.B. 1991. Pengantar Studi Demografi. Nur Cahaya, Yogyakarta. Hlm 98.

- Mardikanto, T. 1993. Penyuluhan Pembangunan Pertanian. Sebelas Maret University Press, Surakarta. Hlm 56.
- Margono, T. dan S. Sugimoto. 2011. The barriers of the Indonesian extension workers in disseminate agricultural information to farmers. International Journal of Basic and Applied Science (IJBAS) 11 (2): 80-87.
- Marliati, Sumardjo, Pang S. dan Asngari. 2008. Faktor-faktor penentu peningkatan kinerja penyuluhan pertanian dalam memberdayakan petani (kasus di Kabupaten Kampar, Propinsi Riau). Jurnal Penyuluhan 4(2):92 – 99.
- Notoatmodjo, S. 2003. Pendidikan dan Perilaku Kesehatan. Rineka Cipta, Jakarta. Hlm. 36 – 38.
- Prawiro, R. 1983. Ekonomi Sumber Daya. Penerbit Alumni. Bandung. Hlm. 41.
- Paramita, E., E. Martini, dan J. M. Roshetko. 2013. Media dan Metode Komunikasi dalam Penyuluhan Agroforestri: Studi Kasus Sulawesi Selatan (Kabupaten Bantaeng dan Bulukumba) dan Sulawesi Tenggara (Kabupaten Konawe dan Kolaka). Prosiding Seminar Nasional Agroforestri. Hlm. 488 – 493.
- Rasyid, A. 2012. Metode komunikasi penyuluhan pada petani sawah. Jurnal Ilmu Komunikasi 1 (1): 1-55.
- Salampessy, Y.L.A. 2012. Efektivitas metode penyuluhan dalam peningkatan pemahaman sut konservasi petani (kasus kelurahan gerem kota Cilegon, propinsi Banten). Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan 1 (1): 49 – 53.
- Santoso, S. 2015. Menguasai Statistik Parametrik. PT Elex Media Komputindo, Jakarta. Hlm. 192.
- Slamet, M. 1992. Perspektif Ilmu penyuluhan Pembangunan Menyongsong Era Tinggal Landas. Penyuluhan Pembangunan di Indonesia Menyongsong Abad XXI. Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara, Jakarta. 36 hml.
- Siagian, S.P. 1989. Teori Motivasi dan Aplikasinya. Bina Aksara, Jakarta. Hlm. 165 – 198.
- Soekartawi. 2005. Prinsip Dasar Komunikasi Pertanian. Universitas Indonesia Press, Jakarta. Hlm. 127.
- Sukmadinata. 2003. Informasi dan Pengetahuan. Bina Rupa Aksara, Jakarta. Hlm. 76.
- Wahyuningrum, R.D., Murwati dan Suharno, 2010. Preferensi Petani Lahan Sawah di Propinsi DIY terhadap Media Penyuluhan. Makalah Seminar Nasional Peranan Penyuluh dalam Mensukseskan Percepatan Diversifikasi Pangan untuk mewujudkan Pemantapan Ketahanan Pangan, Yogyakarta, 11 – 12 Juni 2010. 9 hml.