

MODEL KOMUNIKASI EFEKTIF PADA PEMASYARAKATAN PANGAN NON BERAS DI KELURAHAN PASIR KUDA DAN KELURAHAN PASIR JAYA KECAMATAN BOGOR BARAT

Oleh:

Wida Pradiana

Dosen Jurusan Penyuluhan Pertanian, STPP Bogor

ABSTRAK

Kenaikan permintaan akan beras, dipacu oleh pertumbuhan penduduk tanpa diimbangi oleh perluasan areal yang memadai, telah mendorong dicanangkannya berbagai program penganeekaragaman pangan non beras sebagai pengganti bahan makanan pokok. Dalam proses penyebarannya diperlukan teknik-teknik berkomunikasi yang efektif agar inovasi yang didiseminasikan dapat diterima oleh sasaran. Komunikasi merupakan suatu proses yang dinamis dan melibatkan banyak unsur atau faktor, kaitan antara unsur/faktor dengan unsur/faktor lainnya dapat bersifat struktural atau fungsional. Struktur menunjuk pada tatanan kedudukan dan garis hubungan antara satu unsur/faktor dengan unsur/faktor lainnya, sedangkan fungsional menunjuk pada tugas dan peran dari setiap unsur/faktor dalam sebuah sistem. Melalui model, kita akan dapat memahami secara mudah dan komprehensif mengenai struktur dan fungsi dari unsur-unsur/faktor yang terlibat dalam proses komunikasi.

Tujuan penelitian ini adalah merancang model komunikasi yang efektif dalam pemasyarakatan pangan non beras, melalui penelusuran beberapa komponen komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi yang paling efektif dalam pemasyarakatan pangan non beras di Kelurahan Pasir Kuda dan Kelurahan Pasir Jaya adalah kombinasi Model Komunikasi S-R (*Stimulus-Response*) dan Model Komunikasi bertahap dua (*Two step flow model of communication*) dari Katz dan Lazarsfeld. Hal ini disesuaikan dengan jenis inovasinya yang sulit mereka terima karena faktor kebiasaan menjadi penentu. Respon masyarakat teradap penyebarluasan (*diseminasi*) informasi pangan non beras cukup baik, hal ini dibuktikan dari perhatian masyarakat terhadap kegiatan ini yaitu tingkat kehadiran (100%), antusias bertanya (76,92%), dan mencicipi pangan yang disajikan (100%).

Kata kunci: Model komunikasi, pangan non beras, stimulus-respon.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi sebagai salah satu faktor penting dalam pembangunan dapat menentukan berhasil atau tidaknya suatu proses pembangunan. Melalui saluran-saluran komunikasi terjadinya suatu pengenalan,

pemahaman, penilaian yang kelak akan menghasilkan penerimaan dan penolakan terhadap suatu inovasi.

Sikap keterbukaan terhadap inovasi baru, yang bertentangan dengan sikap sebelumnya, serta penolakannya pada inovasi lainnya (masih mempertahankan nilai budaya yang mereka anut

sebelumnya), dapat dipelajari melalui proses komunikasi.

Komunikasi merupakan suatu proses yang dinamis dan melibatkan banyak unsur atau faktor, kaitan antara unsur/faktor dengan unsur/faktor lainnya dapat bersifat struktural atau fungsional. Struktur menunjuk pada tatanan kedudukan dan garis hubungan antara satu unsur/faktor dengan unsur/faktor lainnya, sedangkan fungsional menunjuk pada tugas dan peran dari setiap unsur/faktor dalam sebuah sistem.

Melalui model, kita akan dapat memahami secara mudah dan komprehensif tentang struktur dan fungsi dari unsur-unsur/faktor yang terlibat dalam proses komunikasi.

Berbagai program pangan non beras sebagai pengganti bahan makanan pokok dapat diperkenalkan dengan mudah jika teknik komunikasi yang digunakan tepat dan dapat menggugah khalayak sebagai sasaran inovasi.

Dengan demikian proses komunikasi inovasi yang dapat menimbulkan sikap berupa kecenderungan untuk melakukan penerimaan dan penolakan pada masing-masing inovasi yang diperkenalkan, tergantung pada bagaimana cara mengkomunikasikannya.

Model adalah representasi simbolis dari suatu benda, proses, sistem atau gagasan. Model dapat berbentuk gambar-gambar grafis, verbal atau matematikal (Sendjaja, 1999).

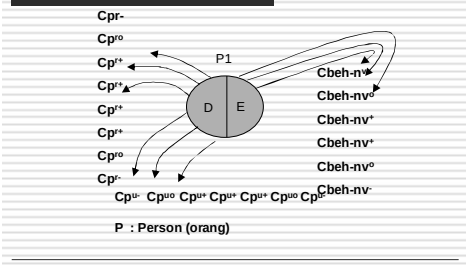
Model dasar komunikasi berikut ini memberikan gambaran mengenai jalannya proses komunikasi. Model dasar komunikasi tersebut adalah:

Model Komunikasi Intra Pribadi

Merupakan komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Menunjuk pada proses pengolahan dan pembentukan informasi melalui sistem syaraf dan otak manusia sehubungan dengan adanya

stimulus yang ditangkap melalui pancaindra.

Model Komunikasi Intra Pribadi

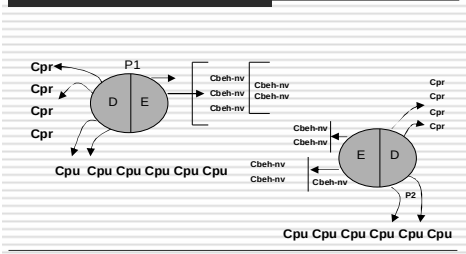


Gambar 1. Model komunikasi intra pribadi

Model Komunikasi Antar Pribadi

Proses komunikasi antar pribadi pada dasarnya merupakan kelanjutan dari proses komunikasi intrapribadi, hanya bedanya pada penambahan 2 elemen yakni pesan (M) dan isyarat tingkah laku verbal (Cbeh-v). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang terjadi antara dua orang dipengaruhi oleh hasil proses komunikasi intra-pribadi yang terjadi dalam diri masing-masing.

Model Komunikasi Antar Pribadi

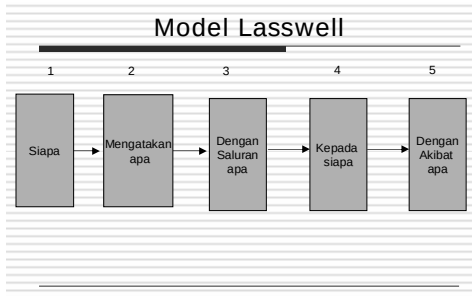


Gambar 2. Model komunikasi antar pribadi

Model Lasswell

Menurut Lasswell persoalan komunikasi menyangkut 5 (lima) pertanyaan sederhana yaitu WHO (siapa?), SAYS WHAT (mengatakan apa?), IN WICH

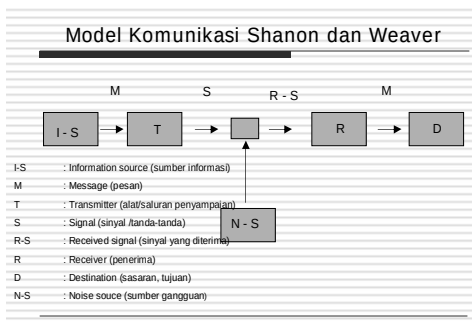
CHANNEL (melalui saluran apa?), TO WHOM (kepada siapa?) dan WITH WHAT EFFECT (dengan akibat apa?). Formula Lasswell secara sederhana dapat digambarkan dalam Model sebagai berikut:



Gambar 3. Model Lasswell

Model Komunikasi Shannon dan Weaver

Model komunikasi Shanon dan Weaver melibatkan tujuh (7) komponen komunikasi. Ketujuh komponen komunikasi tersebut adalah: *Information source* (sumber informasi), *message* (pesan), *transmitter* (alat/saluran penyampaian), *signal* (tanda, sinyal), *receiver* (penerima), *destination* (sasaran atau tujuan), *noise source* (sumber gangguan). Gambaran proses komunikasi menurut model ini adalah:



Gambar 4. Model komunikasi Shannon dan Weaver

Model "Stimulus-Response"

Model "Stimulus Response" (Rangsangan-Tanggapan) atau model S-R menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima (*receiver*) sebagai akibat dari komunikasi. Menurut model ini, dampak atau pengaruh yang terjadi pada pihak penerima, pada dasarnya merupakan suatu reaksi tertentu dari "stimulus" (rangsangan) tertentu. Dengan demikian besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh tersebut terjadi, tergantung pada isi dan penyajian stimulus. Model S-R dapat digambarkan sebagai berikut :

Model Komunikasi Dua Tahap

Model dari Katz dan Lazarsfeld lazim disebut dengan "*two step flow model of communication*" (model komunikasi bertahap dua), menjelaskan tentang proses pengaruh penyebaran informasi melalui media massa kepada khalayak.

Menurut model ini penyebaran dan pengaruh informasi yang disampaikan melalui media massa kepada khalayaknya tidak terjadi secara langsung (satu tahap) melainkan melalui perantara yakni sekelompok orang yang termasuk "pemuka pendapat" (*opinion leaderds*)

Dengan demikian proses pengaruh penyebaran informasi melalui media massa terjadi dalam dua tahap: *pertama*, informasi mengalir dari media massa ke para pemuka pendapat; *kedua*, dari pemuka pendapat ke sejumlah orang yang menjadi pengikutnya.

Difusi Inovasi

Difusi inovasi merupakan proses penyebaran inovasi dari seorang adopsi inovasi kepada orang lain dalam masyarakat. Adapun model difusi inovasi adalah sebagai berikut:

Model Difusi Top Down

Model Difusi Top Down; Pada model ini peneliti melakukan penelitian di laboratorium maupun stasiun penelitian dan

menghasilkan rekomendasi yang disebarluaskan pada seluruh petani (A.H. Bunting, 1979).

Model Difusi Feed Back

Model ini dikembangkan oleh Benor dan Horison. Model ini dikenal sebagai *training and visit system* atau di Indonesia disebut sistem Latihan dan Kunjungan (Sistem Laku).

Merupakan perbaikan dari model Top Down, dengan mempertimbangkan mekanisme umpan balik diantara peneliti dan penyuluh pertanian.



Gambar 5. Model difusi *feed back*

Model Farmer Back To Farmer

Model difusi ini dikemukakan oleh Rhoades dan Booth (1982). Model ini mengasumsikan bahwa penelitian harus dimulai dan diakhiri di tingkat petani. Petani harus dilibatkan secara aktif sebagai anggota tim pemecahan masalah di lapangan. Dengan demikian petani adalah tenaga ahli dalam usahataniya sendiri.

Model difusi *farmer back to farmer* dapat diawali dengan eksperimen sederhana dan diakhiri survey di tingkat petani.

Kunci perbedaannya dengan model difusi yang lain adalah fleksibilitas dan penelitian di tingkat petani untuk mengidentifikasi sumberdaya yang ada ditingkat usahatani.

Tujuan

Tujuan penelitian ini diharapkan dapat merancang model komunikasi yang efektif dalam pemasyarakatan pangan non beras, melalui penelusuran beberapa komponen komunikasi.

Alur Pikir dan Definisi Operasional

Alur Pikir

Komunikasi inovasi adalah merupakan suatu proses dimana ide-ide baru dapat disampaikan dari sumber ke penerima. Inovasi dapat diwujudkan melalui program-program pemerintah dalam pembangunan. Inovasi memerlukan suatu alat untuk penyebaran inovasi pada masyarakat. Komunikasi berperan penting dalam penyebarannya ke dalam suatu masyarakat. Komunikasi sebagai suatu proses akan dipelajari suatu analisa hubungan dari beberapa komponen komunikasi seperti sumber, pesan, saluran, penerima pesan dan efek yang ditimbulkan tergantung konteks dan situasi dimana komunikasi tersebut dilakukan.

Karakteristik penerima dapat mempengaruhi kecenderungan sikapnya dalam menerima atau menolak suatu inovasi yang diperkenalkan. Karakteristik penerima dapat dilihat melalui ciri-ciri individu dan sosial mereka. Ciri individu dapat dilihat melalui umur, jenis kelamin, pekerjaan; sedangkan ciri sosial, dapat dilihat melalui status sosial mereka dalam suatu masyarakat baik formal maupun informal dan sikap.

Pada masyarakat yang masih memegang tradisi yang kuat, kecenderungan penerimaan dan penolakan individu terhadap suatu inovasi yang diperkenalkan, dipengaruhi oleh sikap-sikap individu terhadap objek yang diperkenalkan serta cara pengkomunikasian inovasi tersebut. Sedangkan sikap seseorang dapat dipengaruhi oleh konteks/budaya yang mereka anut dimana mereka berada.

Definisi Operasional

Proses komunikasi inovasi pada masyarakat arab, cina sunda dan jawa dapat dilihat berdasarkan peubah-peubah dengan operasionalisasi peubah sebagai berikut:

1. **Komunikasi inovasi** adalah proses penyampaian ide-ide baru dari sumber ke penerima melalui penelusuran beberapa komponen komunikasi meliputi: sumber, pesan, saluran, penerima dan efek.
2. **Sumber** adalah orang yang menyampaikan pesan atau ide kepada penerima.
3. **Penerima** adalah sasaran/orang yang secara langsung/tidak langsung menerima pesan inovasi.

Ciri individu adalah ciri-ciri individu responden pada aspek demografis yang terdiri dari:

- a) **Umur** adalah usia responden pada saat dilakukan wawancara untuk penelitian.
 - b) **Jenis kelamin** adalah penggolongan responden, berdasarkan laki-laki dan perempuan.
 - c) **Pekerjaan** adalah jenis kegiatan nafkah utama responden, yang dibedakan kembali menjadi pekerjaan tetap/tidak tetap.
4. **Ciri sosial** adalah ciri-ciri individu responde pada aspek sosial yang terdiri atas:
- a) **Status sosial** adalah kedudukan individu dalam masyarakat yang dilihat melalui peranan individu dalam kelompok masyarakat tertentu, baik formal maupun informal.
 - b) **Sikap** adalah keadaan dalam diri manusia yang menggerakkan untuk bertindak, disertai dengan perasaan-perasaan tertentu dalam menanggapi objek dan atas dasar pengalaman-pengalaman.
 - c) **Pesan** yaitu isi/materi yang disampaikan, melalui proses komunikasi yang menimbulkan sikap pemahaman komunikan terhadap pesan tersebut

- d) **Saluran** adalah merupakan cara atau alat yang membantu dalam penyebaran suatu informasi. Saluran ini dilihat pada saluran komunikasi interpersonal dan saluran yang bermedia atau menggunakan media tertentu.

- **Saluran interpersonal** adalah merupakan cara atau alat penyebaran informasi melalui tatap muka langsung (*face to face*). Media interpersonal yang digunakan dalam penelitian ini antara lain melalui kunjungan rumah dan obrolan sepintas.

- **Saluran bermedia** adalah cara atau alat penyebaran pesan dengan menggunakan alat tertentu. Saluran bermedia dalam penelitian ini dilihat pada media gambar atau cetak.

5. **Efek** adalah akibat/respon yang ditimbulkan dari komunikasi yang berlangsung. Efek dilihat pada kecendrungan sikap yang dimiliki responden (penerima) yakni meliputi : (1) menerima dan melaksanakan, (2) menerima tetapi tidak melaksanakan dan (3) menolak inovasi.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode penelitian survei yaitu dengan meminta keterangan-keterangan kepada pihak yang memberikan keterangan atau jawaban (responden), datanya berupa jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diajukan, untuk memperoleh data itu diajukan serentetan pertanyaan-pertanyaan yang tersusun dalam suatu daftar (Marzuki, 1989).

Sebagai penelitian deskriptif, akan mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat berkaitan dengan penyebaran inovasi dan efek yang ditimbulkan dari suatu fenomena, sehingga dapat digambarkan model komunikasi yang efektif dalam pemasyarakatan pangan non beras di Kelurahan Pasir Kuda dan Pasir Jaya.

Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penelitian deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Marzuki, 1989).

Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat lingkaran kampus, yaitu di Kelurahan Pasir Kuda dan Kelurahan Pasir Jaya Kecamatan Bogor Barat. Lokasi ini ditentukan secara sengaja atas petunjuk tokoh masyarakat terhadap penduduk setempat yang memiliki sikap kecenderungan mereka untuk melakukan penerimaan dan penolakan terhadap inovasi yang diterimanya. Waktu penelitian dilakukan pada September-Oktober 2009.

Responden dan Informan

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat lingkaran kampus. Responden penelitian ini dipilih secara *purposive* berdasarkan kesediaan untuk diwawancara. Informan penelitian ini dipilih dari lapisan masyarakat di kecamatan, tokoh masyarakat daerah sekitar dan rakyat biasa yang mengetahui banyak keadaan penduduk tersebut.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik bola salju (*snowball sampling*), yaitu peneliti memilih *key informan* sebagai sumber informasi, selanjutnya *key informan* tersebut dapat menunjuk subjek lain yang dipandang lebih mengetahui keadaan masyarakat. Kemudian

oleh peneliti ditunjuk sebagai *key informan* baru, demikian seterusnya sehingga data yang diperoleh semakin banyak, lengkap dan mendalam.

Data dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh dari pengumpulan jawaban yang diberikan responden dan informan. Data sekunder diperoleh dengan menggunakan teknik studi kepustakaan yaitu menelaah bahan tulisan dan mencatat data-data yang relevan dengan penelitian. Data yang dilihat dalam penelitian ini meliputi:

1. Data tentang ciri individu meliputi: umur, jenis kelamin, pekerjaan.
2. Data proses komunikasi merupakan data yang diperoleh melalui analisis hubungan antara unsur-unsur komunikasi yang meliputi karakteristik sumber dan penerima, pesan, saluran dan efek.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dan informasi melalui responden dan informan, dengan melakukan pengamatan dan wawancara. Wawancara dilakukan terhadap informan dengan berpedoman pada serangkaian pertanyaan bebas dan terbuka dengan tidak mengabaikan pengembangan pertanyaan sesuai dengan pengembangan jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden.

Wawancara dilakukan terhadap responden sumber dan penerima. Melalui wawancara diupayakan akan memperoleh informasi tentang proses komunikasi inovasi tersebut.

Pengolahan dan Analisa Data

Penelitian ini mempunyai sifat penggambaran (*deskriptif*), maka analisa data yang digunakan adalah teknik analisis statistik deskriptif dengan tabel frekuensi. Data yang berhasil dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan

kuantitatif dan kualitatif. Kegiatan pengolahan data yang akan dilakukan adalah:

1. Perekaman data secara manual.
2. Menempatkan jawaban responden pada setiap kategori sesuai dengan jawaban mereka. Masing-masing jawaban responden dimasukkan ke dalam kategori sesuai dengan kecenderungan mereka dalam melakukan penerimaan dan penolakannya terhadap inovasi.
3. Pembuatan Tabel analisis menggunakan Tabel Frekwensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Komunikasi Efektif

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa model komunikasi efektif untuk masyarakat pangan non beras adalah kombinasi Model S-R (*Stimulus-Response*) dan Model bertahap dua (*Two step flow model of communication*) dari Katz dan Lazarsfeld.

Penerimaan masyarakat terhadap informasi pangan non beras terfokus pada sumber informasi, sehingga dampak atau pengaruh yang terjadi pada pihak penerima, pada dasarnya merupakan suatu reaksi tertentu dari stimulus (rangsangan dari sumber informasi).

Hal tersebut dikarenakan Besar kecilnya pengaruh yang diterima oleh masyarakat serta dalam bentuk apa pengaruh tersebut terjadi sangat dipengaruhi oleh penyajian sumber informasi dalam membawakan pesan, artinya bagaimana informasi yang dibawa dapat merangsang *receiver* sebagai penerima informasi disamping itu mau merespon informasi yang diterimanya.

Model Stimulus Respons dianggap model paling tepat, yang dapat menggambarkan penyebaran inovasi pangan non beras di Desa Pasir Jaya dan Pasir Kuda. Menurut model ini, dampak atau pengaruh

yang terjadi pada pihak penerima, pada dasarnya merupakan suatu reaksi tertentu dari "stimulus" (rangsangan) tertentu. Dengan demikian besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh tersebut terjadi, tergantung pada isi dan penyajian stimulus. Model S-R dapat digambarkan sebagai berikut:

S ----- O ----- R

Gambar 6. Model Stimulus Respons (S-R)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap rangsangan yang diberikan oleh sumber informasi sangat baik. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan perhatian, minat dan keinginan mereka dalam merespon informasi yang diterima.

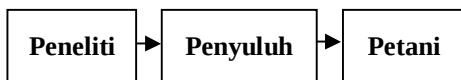
Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap pangan non beras bila ditinjau dari perhatian masyarakat sangat besar, hal ini dibuktikan dengan kehadiran masyarakat pada saat demo pangan non beras. Di samping itu perhatian mereka terhadap inovasi ini juga besar dibuktikan dengan antusias bertanya dari responden. Demikian juga ketika kunjungan rumah dilaksanakan, responden menyambut dengan baik.

Dari aspek minat dapat dilihat melalui tanggapan responden ketika bertanya mengenai bahan pembuatan pangan non beras ini, disamping itu juga beberapa responden membandingkan harga nasi jagung dan singkong dengan nasi yang biasa mereka makan. Setelah kami mendemonstrasikan pembuatan pangan non beras ini beberapa responden ingin mencoba memasak panganan ini.

Namun bila ditinjau dari aspek tindakan, belum bisa dilihat apakah responden akan melaksanakannya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan inovasi tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan anggota masyarakatnya. Responden lebih membutuhkan pengetahuan tentang pendidikan bertani sehingga

dapat meningkatkan hasil produksi usahatannya, dibandingkan dengan menggantikan makanan pokoknya yaitu beras menjadi jagung dan singkong.

Bila dihubungkan dengan model difusi inovasi, penelitian ini lebih menganut model difusi yang dikembangkan oleh A.H. Bunting (1979) yaitu Model difusi Inovasi Top Down. Model ini merupakan model konvensional, pada model ini peneliti melakukan penelitian di laboratorium yang menghasilkan rekomendasi selanjutnya baru disebarluaskan pada petani. Model Difusi Top Down dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 7. Model difusi *top down*

Ada beberapa kelemahan dari model ini jika dikaitkan dengan hasil penelitian, diantaranya adalah konvensional, inovasi yang disebarkan tidak didasarkan atas kebutuhan sasaran karena tidak dilakukan studi khalayak sebelumnya. Sehingga hasil penelitian menunjukkan belum dapat dipastikan apakah responden akan melaksanakannya dalam kehidupan sehari-hari atau tidak. Hal ini dikarenakan inovasi tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan anggota masyarakat. Responden lebih membutuhkan pengetahuan tentang pendidikan bertani untuk meningkatkan hasil produksi usahatannya, dibandingkan harus menggantikan makanan pokoknya (nasi) menjadi jagung dan singkong.

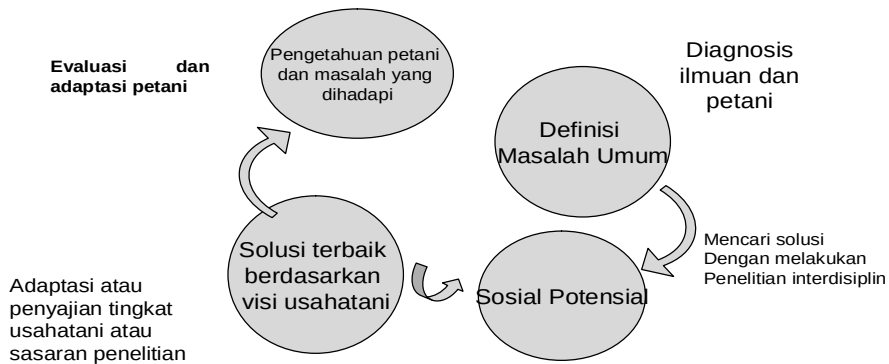
Model difusi inovasi Top Down mengasumsikan bahwa penelitian tidak dimulai dan diakhiri ditingkat petani (sasaran). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengantisipasi kenaikan harga beras. Oleh karena itu diperlukan pengane-ragaman pangan non beras sebagai pengganti bahan makanan pokok.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut tanpa melihat kebutuhan masyarakat yang sebenarnya, maka dilakukan penelitian di Laboratorium pengolahan hasil. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden melakukan penolakan (86,7%). penolakan tersebut disinyalir disebabkan karena faktor kebiasaan dan ketidaktahuan mereka tentang kandungan gizi jagung dan singkong yang sebetulnya hampir setara dengan beras, yaitu jagung 307 Kal dan ketela pohon 146 kal.

Oleh karena itu Model difusi *farmer back to farmer* yang dikemukakan oleh Rhoades dan Booth merupakan model difusi inovasi yang paling baik diterapkan dalam kegiatan penelitian.

Model ini mengasumsikan bahwa penelitian harus dimulai dan diakhiri di tingkat petani. Hal ini berarti petani harus dilibatkan secara aktif sebagai anggota tim pemecahan masalah di lapangan. Dengan demikian petani adalah tenaga ahli di desanya.

Model difusi *farmer back to farmer* dapat diawali dengan eksperimen sederhana dan diakhiri survey di tingkat petani. Kunci perbedaannya dengan model difusi lain adalah fleksibilitas dan mengidentifikasi sumberdaya yang ada ditingkat usahatani. Model difusi *farmer back to farmer* dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 8. Proses difusi inovasi model *farmer back to farmer*

Pada Model Stimulus Respon dijelaskan bahwa penerimaan masyarakat terhadap informasi pangan non beras terfokus pada sumber informasi. Hal ini lebih meyakinkan penulis bahwa peranan *opinion leaders* (pemuka masyarakat) sebagai sumber informasi sangat besar. Oleh karena itu Model Komunikasi dua tahap dari Katz dan Lazarsfeld merupakan model komunikasi yang paling tepat dalam menggambarkan penyebaran informasi di Desa pasir Jaya dan Pasir Kuda.

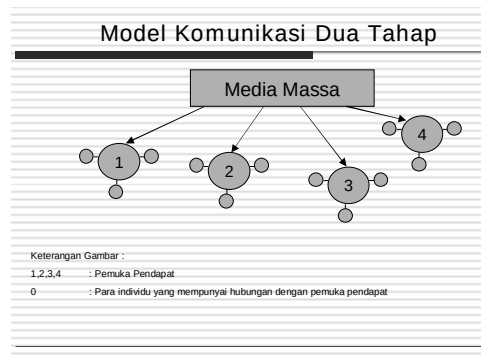
Ketika inovasi akan disebarluaskan peran kader-kader posyandu, ibu-ibu PKK sangat besar. Fungsi mereka melakukan pendampingan dan sekaligus memberikan penegasan dari inovasi yang disebarluaskan. Sehingga jelas bahwa model komunikasi dua tahap dari Katz dan Lazarsfeld dapat menggambarkan *diseminasi* informasi di desa Pasir Jaya dan Pasir Kuda, karena peran Pemuka masyarakat yaitu kader posyandu dan ibu-ibu PKK sangat berarti.

Menurut model ini penyebaran dan pengaruh informasi yang disampaikan kepada khalayak tidak terjadi secara langsung (satu tahap) melainkan melalui perantara yakni sekelompok orang yang termasuk "pemuka pendapat" (*opinion leaders*).

Hal tersebut disesuaikan dengan jenis inovasinya yang sulit mereka terima

karena faktor kebiasaan responden menjadikan nasi sebagai makanan pokok sehari-hari.

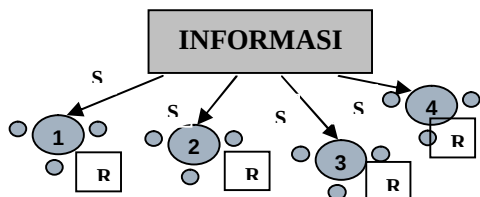
Pengaruh penyebaran informasi terjadi dalam dua tahap: *pertama*, informasi mengalir dari pembawa informasi ke para pemuka pendapat; *kedua*, dari pemuka pendapat ke sejumlah orang yang menjadi pengikutnya. Adapun Model Katz dan Lazarfeld dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 9. Model komunikasi dua tahap

Dapat disimpulkan bahwa dampak yang terjadi pada pihak penerima sangat tergantung pada rangsangan yang diberikan oleh sumber informasi, selain itu peran *opinion leaders* sangat berpengaruh dalam melanjutkan arus informasi ke sejumlah

pengikutnya. Dengan demikian Kombinasi Model *Stimulus – Respon* dan Model Komunikasi dua Tahap dari Kartz dan Lazarfeld merupakan model yang dapat menggambarkan arus informasi di desa Pasir Jaya dan pasir Kuda. Model tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 10. Kombinasi model S-R dan komunikasi dua tahap

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Model Komunikasi efektif yang lebih tepat diterapkan di Desa Pasir Jaya dan Pasir Kuda adalah Kombinasi Model S-R (*Stimulus-Response*) dan Model bertahap dua (*Two step flow model of communication*) dari Katz dan Lazarsfeld.

Saran

Dapat dilanjutkan penelitian ini dengan berbagai modifikasi olahan jagung dan singkong sebagai pengganti bahan makanan pokok. Mengingat kandungan gizi dari ketela dan jagung hampir sama dengan beras yaitu jagung 307 Kal dan ketela pohon 146 kal.

DAFTAR PUSTAKA

Berlo, D.K. 1960, *The Process of Communication an Introduction To Theory and practice*, Michigan University (Terjemahan).

Devito, J. 1997. Komunikasi antar Manusia. (Terjemahan). Profesional Books, Jakarta.

Effendi, O.U. 2000. Dinamika Komunikasi. PT. Remaja Rosdaya, Bandung.

Effendy. 1993. Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi. PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung.

Hanafi, A. 1981. Memasyarakatkan Ide-ide Baru. PT. Usaha Nasional, Surabaya.

Loisa R., 1996. Konteks dan Kebudayaan dan Strategi Reduksi Ketidakpastian di dalam Hubungan Pertemanan Studi Komunikasi Antarpribadi di Kalangan Wanita Batak dan Wanita Jawa yang Bekerja di Jakarta). Thesis Mahasiswa Program Pasca-sarjana. Universitas Indonesia, Jakarta.

Muhammad, A. 1995. Komunikasi Organisasi. PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Marzuki, 1989. Metodologi Riset. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Marggraf, I.R. 1998. Pola Ungkapan Budaya dari Rasa Sakit: Perbandingan antara Tiga Kebudayaan. Thesis Mahasiswa Program Pasca-sarjana. Program Studi Anthropolgi, Universitas Indonesia.

Nasution, Z. 1996. Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya. Rajawali Press, New York.

Nazir, M. 1988, Metode Penelitian. Ghalia Indonesia, Jakarta.

Poerwadarminta, W.J.S, 1974. Kamus Lengkap Inggris Indonesia, Indonesia-Inggris. Cet. III. Hasta Karya, Jakarta.

Winkel, W.S. 1989. Psikologi Pengajaran. PT. Gramedia, Jakarta.

