

**SIKAP PETANI TERHADAP MEDIA KOMUNIKASI MASSA DI DESA MALAPARI
KECAMATAN MUARA BULIAN KABUPATEN BATANGHARI**

A.adila¹⁾, Idris Sardi²⁾ dan Arolita²⁾

- 1) Alumni Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi
- 2) Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi

E-mail: Adila_surgacinta@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap petani terhadap media komunikasi massa oleh PPL di daerah penelitian. Pemilihan lokasi penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa Kecamatan Muara Bulian adalah sentra produksi padi dan merupakan Kecamatan yang baru dalam penyampaian informasi dengan menggunakan media komunikasi massa, serta orientasi pembangunan pertaniannya adalah untuk mencapai swasembada pangan terutama beras. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 30 Juni 2014 sampai dengan 31 Juli 2014. Daerah sampel penelitian yaitu Desa Malapari Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batanghari dengan pertimbangan bahwa Desa ini telah mendapat informasi usaha tani dari media komunikasi massa seperti leaflet, folder, poster dan brosur. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini ditampilkan dengan menggunakan tabulasi kemudian dianalisis secara persentase. Persentase dominan jawaban responden merupakan cerminan sikap responden. Hal ini dilakukan untuk mengetahui gambaran sikap petani terhadap media komunikasi massa yang ditunjukkan dari persentase dominan jawaban responden. Hasil penelitian dapat dikatakan bahwa petani bersikap positif terhadap keberadaan media komunikasi massa. Dimana persentase tinggi yang menunjukkan sikap positif dibandingkan dengan sikap negatif yang memiliki persentase rendah terhadap keberadaan media komunikasi massa. Ini berarti bahwa sikap petani memperlihatkan kecenderungan untuk menyenangi, mendekati, menerima atau bahkan mengharapkan kehadiran media komunikasi massa di lingkungan mereka yaitu Desa Malapari Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batanghari.

Kata kunci: Sikap, Media, Komunikasi Massa

ABSTRACT

This research were determine the attitude of farmers about media of mass communication by PPL in the research area. Selected location with the consideration that Muara Bulian's subdistrict is a rice production central and new subdistrict that using media of mass communication, and also the orientation of the development of the farm is to achieve self-sufficiency of food especially rice. The research has been done in June 30, 2014 - July 31, 2014 at the Malapari's village, Muara Bulian, Batanghari. Selected location with the consideration that this village has got farmer's information media from leaflets, folders, posters and brochures. The method was done by simple random sampling. The Data was taken from respondents, simplified tabulation and then analyzed by percentage. Percentage of respondents predominated a reflection of the attitude's respondent. The Result showed that farmers can accept the existence of the communication media. Where is a high percentage of which shows a positive attitude compared with the negative attitude which has a low percentage of the media of mass communication. This mean that the farmers showed a tendency to have passion, approach, accepting or even the presense of the media communication in their environment.

Keywords: Attitude, Media, Mass Communication

PENDAHULUAN

Provinsi Jambi merupakan salah satu provinsi yang memproduksi tanaman pangan di Indonesia terutama tanaman padi, pengembangan tanaman padi mempunyai prospek yang baik untuk mendukung upaya peningkatan pendapatan petani, ketersediaan pangan, peningkatan gizi masyarakat, pendapatan negara dan juga dapat memacu pengurangan impor serta memaju pertumbuhan ekspor. Keberhasilan pemerintah dalam pembangunan dibidang pertanian yaitu tercapainya swasembada beras pada tahun 1984 merupakan prestasi yang membanggakan, namun bukan berarti bahwa usaha peningkatan produksi padi dan memantapkan swasembada beras tidak diperlukan lagi, terutama menyangkut distribusi antar daerah. Keberhasilan peningkatan produksi padi harus dilestarikan dan ditingkatkan agar mampu mengimbangi permintaan bahan pangan beras yang selalu meningkat akibat pertumbuhan penduduk. Untuk itu diperlukan usaha yang keras agar swasembada beras antar daerah dapat dimanfaatkan. Kebijakan peningkatan produksi pertanian tanaman pangan, terutama beras di provinsi Jambi, bukan hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan daerah saja tapi dimaksudkan juga untuk memberikan sumbangan positif terhadap pengadaan pangan nasional. Salah satu kebijaksanaannya melalui usaha intensifikasi dengan penerapan teknologi pertanian pada lahan pertanian yang telah dikembangkan.

Provinsi Jambi merupakan salah satu wilayah pengembangan sektor tanaman pangan khususnya komoditi padi sawah. Data terakhir menunjukkan bahwa produksi padi sawah melalui usaha intensifikasi mencapai 465.997 ton (Anonim, 2013). Kecamatan Muara Bulian merupakan salah satu wilayah sentra produksi padi sawah di Kabupaten Batanghari, dimana produksi yang dicapai sebanyak 10.173 ton dan rata-rata produksi sebesar 3,58 ton/ha.

Salah satu upaya dalam peningkatan produksi adalah menyampaikan informasi pertanian yang bermanfaat bagi petani dan keluarganya. Penyampaian informasi pertanian kepada petani dimaksudkan agar petani dapat meningkatkan produksi usahataniya. Seiring dengan perkembangan pertanian agar informasi dapat sampai pada petani diperlukan komunikasi yang lancar antara petani dengan penyuluh. Petani dengan keterbatasan pengetahuannya perlu memperoleh informasi pertanian guna meningkatkan produksi usahataniya. Informasi pertanian itu selain diperoleh melalui penyuluhan pertanian yang diberikan oleh penyuluh pertanian lapangan juga dengan memanfaatkan media komunikasi yang pada saat ini telah berkembang dengan pesat. Dampak dari penerapan media diatas produksi padi sawah di Kecamatan Muara Bulian khususnya Desa Malapari terjadi peningkatan rata 10,22% per tahun.

Pada umumnya petani di Kecamatan Muara Bulian sudah memiliki media elektronik seperti televisi dan radio, begitu juga dengan media cetak. Di Kecamatan Muara Bulian ini sudah cukup banyak media cetak yang tersebar baik dalam bentuk leaflet berjumlah 720 buah, folder 400 buah, poster 180 buah, dan brosur 360 buah. (*Sumber data dari Subdin Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian Kecamatan Muara Bulian*). Ini artinya memperlihatkan bahwa jumlah media cetak yang tersebar di Kecamatan Muara Bulian sudah cukup banyak, dengan banyaknya ketersediaan sarana informasi yang dapat digunakan atau dimanfaatkan petani untuk meningkatkan produktivitas mereka diharapkan dapat merubah sikap petani padi sawah dalam mengelola usahataniya. Peran media cetak sangat besar sekali manfaatnya diantaranya merubah perilaku petani agar petani lebih maju lagi dalam mengelola usahataniya, karena media cetak dapat memotivasi dalam diri petani menjadi lebih rajin, bersungguh-sungguh dan memiliki harapan pendapatan yang besar dari usahataniya. Leaflet, folder, poster dan brosur rata-rata memuat awal dari pada proses penanaman sampai ke tahap panen bahkan ke paska panen. Leaflet, folder, poster dan brosur adalah media cetak modern memanfaatkan teknologi terkini yang dapat menjangkau sampai ke pelosok-pelosok desa dan sekarang sudah tidak asing lagi bagi petani karena merupakan produk media yang selalu dibawa oleh PPL dan di berikan kepada petani.

Di dalam penerimaan informasi dibutuhkan sikap positif petani agar apa yang disampaikan dapat diterima dengan baik untuk kemajuan berusahataniya. Sikap merupakan produk dari proses

sosialisasi, bila individu memiliki sikap yang positif terhadap suatu objek, ia akan siap menerima, membantu, mempertahankan objek tersebut, dan apabila ia memiliki sikap yang negatif terhadap suatu objek maka ia akan menolak objek tersebut.

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui sikap petani terhadap media komunikasi massa oleh PPL di daerah penelitian Di Desa Malapari Kecamatan Muara Bulian kabupaten Batanghari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang hari. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*) berdasarkan pertimbangan bahwa Kecamatan Muara Bulian adalah sentra produksi padi, dan merupakan Kecamatan yang baru dalam penyampaian informasi dengan menggunakan media komunikasi massa (cetak), serta orientasi pembangunan pertaniannya adalah untuk mencapai swasembada pangan terutama beras.

Kecamatan Muara Bulian terdiri dari 32 desa dan 20 Desa dari jumlah tersebut telah melaksanakan penggunaan media komunikasi. Secara terperinci mengenai luas tanam, luas panen, produktivitas dan produksi padi sawah perdesa dalam Kecamatan Muara Bulian dari 20 Desa tersebut dipilih desa secara sengaja (*purposive*) sebagai sampel yaitu Desa Malapari dengan pertimbangan bahwa desa ini telah mendapat informasi berusaha tani dari media komunikasi seperti leaflet, folder, poster dan brosur. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 30 Juni 2014. sampai dengan 31 Juli 2014.

Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi :

1. Identitas petani sampel meliputi umur, pendidikan, pengalaman berusahatani, jumlah anggota keluarga dan luas lahan.
2. Data mengenai sikap petani padi sawah (kognitif, afektif dan konatif) terhadap media komunikasi yang digunakan oleh penyuluh pertanian lapangan.
3. Data pendukung lain yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini data yang diperlukan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara yang dituntun dengan daftar pertanyaan (Kuisisioner) kepada petani yang terpilih sebagai responden. Sedangkan data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari instansi terkait dan literatur yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini.

Pengambilan sampel dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*), hal ini sesuai dengan pendapat Singarimbun dan Efendi (1995) yang menyatakan bahwa di dalam suatu penelitian tidaklah perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat homogen yaitu khusus petani padi sawah. Proses pengambilan diawali dengan pencatatan nama seluruh petani padi sawah, selanjutnya dengan cara acak (undian) diambil sampel sebanyak 20% dari Desa. Untuk Desa Malapari diambil sampel sebanyak 48 KK dari 242 KK.

Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini ditampilkan dengan menggunakan tabulasi kemudian dianalisis secara persentase. Persentase dominan jawaban responden merupakan cerminan sikap responden. Hal ini dilakukan untuk mengetahui gambaran sikap petani terhadap media komunikasi massa yang di tunjukkan dari persentase dominan jawaban responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sikap Petani Terhadap Media Komunikasi

Sikap petani dalam penelitian ini adalah tanggapan petani terhadap media komunikasi massa. (Suardiman, 1984) mengatakan bahwa sikap adalah kesiapan merespon secara konsisten dalam bentuk positif atau negatif terhadap objek atau situasi. Sikap negatif memunculkan atau memperlihatkan kecenderungan untuk menjauhi, membenci, menghindari ataupun tidak menyukai keberadaan suatu objek. Sedangkan sikap positif menunjukkan atau memperlihatkan kecenderungan

untuk menyenangkan, mendekati, menerima atau bahkan mengharapkan kehadiran objek tertentu. Dalam sikap juga terkandung suatu penilaian emosional berupa perasaan suka, tidak suka, senang, sedih, positif, negatif dan lain-lain.

Sikap petani dapat dilihat berdasarkan tanggapan mereka terhadap media komunikasi massa. Untuk melihat sikap ini didekati dari masing-masing komponen sikap yang meliputi : Kognitif, Afektif dan konatif. Kognitif adalah berupa pengetahuan, kepercayaan yang didasarkan pada informasi yang berhubungan dengan objek. Komponen ini akan menjawab pertanyaan tentang apa yang difikirkan tentang objek. Artinya individu memiliki pengetahuan terhadap objek terlepas apakah pengetahuan itu benar atau salah. Afektif terdiri dari seluruh perasaan atau emosi seseorang (suka atau tidak suka) terhadap suatu objek tertentu. Dan konatif merupakan kesiapan seseorang yang berupa tindakan terhadap suatu objek tertentu (Mar'at, 2002).

Analisis Komponen Kognitif Petani Terhadap Media Komunikasi Massa.

Komponen Kognitif adalah berupa pengetahuan, kepercayaan yang didasarkan pada informasi yang berhubungan dengan objek. Komponen ini akan menjawab pertanyaan tentang apa yang difikirkan tentang objek. Artinya individu memiliki pengetahuan terhadap objek terlepas apakah pengetahuan itu benar atau salah (Mar'at, 2002).

Dari hasil penelitian di dapat bahwa pengetahuan petani sampel tentang media komunikasi massa bervariasi dari kurang tahu sampai tahu, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengetahuan Petani Terhadap Leaflet di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Indikator	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Mengetahui Bentuk Leaflet	47	1	97,9	2,1
2	Leaflet Bermanfaat	47	1	97,9	2,1
	Rata-rata	47	1	97,9	2,1

Dilihat dari Tabel 1 dimana rata-rata persentase pengetahuan petani yang dilihat dari dua indikator menunjukkan pengetahuan petani tentang leaflet itu tinggi, lebih lanjut di jelaskan beberapa hal indikator yang juga digunakan untuk melihat pengetahuan petani tentang leaflet yaitu dilihat dari kemampuan petani menyebutkan ciri-ciri leaflet, hasil wawancara menunjukkan keragaman ciri-ciri leaflet yang di kemukakan petani seperti leaflet tidak dilipat, kalau informasi tentang pertanian leaflet itu berwarna hijau dan juga mereka berpendapat leaflet sangat berguna memberikan informasi untuk pengetahuan pertanian.

Tabel 2. Pengetahuan Petani Terhadap Folder di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Indikator	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Mengetahui Bentuk Folder	46	2	95,8	4,2
2	Folder Bermanfaat	46	2	95,8	4,2
	Rata-rata	46	2	95,8	4,2

Dilihat dari Tabel 2 dimana rata-rata persentase pengetahuan petani yang dilihat dari dua indikator menunjukkan pengetahuan petani tentang folder itu tinggi, lebih lanjut di jelaskan beberapa hal indikator yang juga untuk melihat pengetahuan petani tentang folder yaitu dilihat dari kemampuan petani menyebutkan ciri-ciri folder, hasil wawancara menunjukkan keragaman ciri-ciri folder yang di kemukakan petani seperti folder berbentuk kertas yang dilipat-lipat, berisi tentang

petunjuk dan cara bertani dan juga mereka berpendapat folder sangat berguna memberikan informasi untuk pengetahuan pertanian.

Tabel 3. Pengetahuan Petani Terhadap Poster di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Indikator	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Mengetahui Bentuk Poster	47	1	97,9	2,1
2	Poster Bermanfaat	47	1	97,9	2,1
	Rata-rata	47	1	97,9	2,1

Dilihat dari Tabel 3 dimana rata-rata persentase pengetahuan petani yang dilihat dari dua indikator menunjukkan pengetahuan petani tentang poster itu tinggi, lebih lanjut di jelaskan beberapa hal indikator yang juga untuk melihat pengetahuan petani tentang poster yaitu dilihat dari kemampuan petani menyebutkan ciri-ciri poster, hasil wawancara menunjukkan keragaman ciri-ciri poster yang di kemukakan petani seperti poster memiliki banyak gambar, hanya sedikit tulisan nya. Mereka berpendapat poster sangat berguna bagi masyarakat dalam memberikan informasi untuk pengetahuan pertanian, dan sangat berguna bagi masyarakat yang kurang bisa baca tulis.

Tabel 4. Pengetahuan Petani Terhadap Brosur di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Indikator	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Mengetahui Bentuk Brosur	47	1	97,9	2,1
2	Brosur Bermanfaat	47	1	97,9	2,1
	Rata-rata	47	1	97,9	2,1

Dilihat dari Tabel 4 dimana rata-rata persentase pengetahuan petani yang dilihat dari dua indikator menunjukkan pengetahuan petani tentang Brosur itu tinggi, lebih lanjut di jelaskan beberapa hal indikator yang juga untuk melihat pengetahuan petani tentang brosur yaitu dilihat dari kemampuan petani menyebutkan ciri-ciri brosur, hasil wawancara menunjukkan keragaman ciri-ciri brosur yang di kemukakan petani seperti hanya sedikit tulisan nya dan memiliki gambar-gambar. Mereka berpendapat brosur sangat berguna bagi masyarakat dalam memberikan informasi untuk pengetahuan pertanian, dan sangat berguna bagi masyarakat yang kurang bisa baca tulis.

Tabel 5. Analisis Komponen Kognitif Dilihat Dari Aspek Pengetahuan Petani Terhadap Media Komunikasi Massa di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Variabel	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Leaflet	47	1	97,9	2,1
2	Folder	46	2	95,8	4,2
3	Poster	47	1	97,9	2,1
4	Brosur	47	1	97,9	2,1
	Rata-rata	46,75	1,25	97,3	2,6

Dari Tabel 5 dapat dilihat rata-rata petani memiliki kognitif positif terhadap media komunikasi massa, ini berarti bahwa sebagian besar petani memiliki pengetahuan tentang media komunikasi massa khususnya media cetak, dimana petani tahu tentang bentuknya, ciri-cirinya dan

keuntungannya. Sedangkan petani yang berkognitif negatif terhadap media komunikasi massa berjumlah sedikit.

Melihat dari keterangan di atas dapat dikatakan bahwa mayoritas petani berkognitif positif terhadap media komunikasi massa. Hal ini dilihat dari pengetahuan petani tentang media komunikasi massa. Baik dari bentuk, ciri maupun keuntungannya. Negatifnya sikap petani disebabkan karena petani kurang berhubungan (kontak) dengan media komunikasi massa, hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu yang dimiliki oleh petani, sehingga petani kurang mengetahui bentuk, ciri dan keuntungan media komunikasi itu sendiri.

Pada daerah penelitian mayoritas petani tahu dengan media komunikasi massa. Pengetahuan petani terhadap media komunikasi massa muncul berkat adanya sosialisasi dan dedikasi serta loyalitas penyuluh pertanian lapangan sebagai ujung tombak dalam mengenalkan dan menyebarkan informasi dengan menggunakan media komunikasi massa ketengah-tengah petani.

Analisis Komponen Afektif Petani Terhadap Media Komunikasi Massa.

Komponen afektif yang menyangkut kehidupan emosional petani. Komponen ini akan menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan apa yang dirasakan. Artinya dalam sikap akan selalu timbul evaluasi emosional. Misalnya setuju tidak setuju, senang tidak senang, atau suka tidak suka terhadap objek (Mar'at, 2002)

Perasaan/Emosional terhadap leaflet di daerah penelitian pada tahun 2014 dilihat dari indikator seseorang yang suka membaca leaflet frekuensinya tinggi 45 orang atau (93,8) persen dibandingkan yang tidak suka membaca sebanyak 3 orang atau (6,2) persen, lebih lanjut dijelaskan beberapa hal indikator yang juga Salah satu indikator yang digunakan untuk melihat afektif (perasaan/emosional) petani dalam menyebutkan berapa kali petani membaca leaflet satu bulan, hasil wawancara menunjukkan keragaman petani dalam menjawab, mereka membaca leaflet kalau ada diberikan oleh PPL dalam satu bulan antara 1 kali baca sampai 2 kali baca.

Perasaan/Emosional terhadap folder di daerah penelitian pada tahun 2014 dilihat dari indikator seseorang yang suka membaca folder frekuensinya tinggi 46 orang atau (95,8) persen dibandingkan yang tidak suka membaca sebanyak 2 orang atau (4,2) persen, salah satu indikator yang digunakan untuk melihat afektif (perasaan/emosional) petani dalam menyebutkan berapa kali petani membaca folder satu bulan, hasil wawancara menunjukkan keragaman petani dalam menjawab, mereka membaca folder kalau ada diberikan oleh PPL dalam satu bulan antara 1 kali baca sampai 2 kali baca.

Perasaan/Emosional terhadap poster di daerah penelitian pada tahun 2014 dilihat dari indikator seseorang yang suka membaca poster frekuensinya tinggi 47 orang atau (97,9) persen dibandingkan yang tidak suka membaca sebanyak 1 orang atau (2,1) persen, salah satu indikator yang digunakan untuk melihat afektif (perasaan/emosional) petani dalam menyebutkan berapa kali petani membaca poster satu bulan, hasil wawancara menunjukkan keragaman petani dalam menjawab, mereka membaca poster kalau ada diberikan oleh PPL dalam satu bulan antara 2 kali baca sampai 3 kali baca.

Perasaan/Emosional terhadap Brosur di daerah penelitian pada tahun 2014 dilihat dari indikator seseorang yang suka membaca brosur frekuensinya tinggi 47 orang atau (97,9) persen dibandingkan yang tidak suka membaca sebanyak 1 orang atau (2,1) persen, salah satu indikator yang digunakan untuk melihat afektif (perasaan/emosional) petani dalam menyebutkan berapa kali petani membaca Brosur satu bulan, hasil wawancara menunjukkan keragaman petani dalam menjawab, mereka membaca brosur kalau ada diberikan oleh PPL dalam satu bulan antara 1 kali baca sampai 2 kali baca.

Dari hasil penelitian didapati bahwa perasaan/emosional petani terhadap media komunikasi massa bervariasi dari kurang suka sampai suka dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis Komponen Afektif Dilihat Dari Aspek Perasaan/Emosional Petani Terhadap Media Komunikasi Massa di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Variabel	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Leaflet	45	3	93,8	6,2
2	Folder	46	2	95,8	4,2
3	Poster	47	1	97,9	2,1
4	Brosur	47	1	97,9	2,1
	Rata-rata	46,25	1,75	96,35	3,65

Dari Tabel 6 dapat dilihat rata-rata petani memiliki afektif positif terhadap media komunikasi massa, ini berarti bahwa sebagian besar petani merasa senang dengan kehadiran media komunikasi massa di lingkungan mereka. Sedangkan petani yang berafektif negatif terhadap media komunikasi massa berjumlah sedikit, ini berarti bahwa petani lebih suka berhubungan langsung dengan penyuluh pertanian lapangan.

Melihat dari keterangan di atas dapat dikatakan bahwa mayoritas petani berafektif positif terhadap media komunikasi massa. Kepositifan sikap petani disebabkan karena petani merasa bahwa media komunikasi massa merupakan salah satu alternatif untuk mendapatkan informasi yang bisa mereka gunakan untuk meningkatkan usahatani mereka. Mereka merasa bahwa informasi melalui media komunikasi khususnya media cetak bisa disimpan lebih lama dan bisa digunakan kembali bila mereka memerlukan sedangkan media elektronik informasinya bisa mereka dengar ataupun lihat tanpa mereka perlu membaca. Dan mereka merasa bahwa dengan adanya media komunikasi bisa menambah wawasan dan pengetahuan mereka. Kenegatifan sikap petani disebabkan karena petani lebih suka menerima informasi dengan menggunakan media interpersonal, dan mereka menganggap bahwa melalui media cetak hanya menghabiskan waktu mereka. Pada daerah penelitian mayoritas petani suka mencari informasi melalui media komunikasi massa sebagai alternatif lain. Afektif petani merupakan abstrak dari perjalanan yang dirasakan petani selama berhubungan dengan media komunikasi massa.

Analisis Komponen Konatif Petani Terhadap Media Komunikasi Massa.

Komponen konatif merupakan kecenderungan bertingkah laku. Komponen ini akan menjawab bagaimana kesediaan atau kesempatan untuk bertindak terhadap objek, kesediaan petani untuk memanfaatkan media komunikasi massa di lingkungan mereka (Mar'at, 2002).

Tabel 7. Keinginan/Kesediaan Petani Terhadap Leaflet Penelitian Tahun 2014.

No	Indikator	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Senang dengan informasi yang disampaikan melalui leaflet	47	1	97,9	2,1
2	Selalu memperolehnya	47	1	97,9	2,1
	Rata-rata	47	1	97,9	2,1

Dilihat dari Tabel 7 dimana rata-rata persentase keinginan/kesediaan petani yang dilihat dari dua indikator menunjukkan keinginan/kesediaan petani tentang leaflet itu tinggi. Salah satu indikator yang juga digunakan untuk melihat keinginan/kesediaan petani dalam beberapa kali satu bulan leaflet terbit dan cara memperolehnya, hasil wawancara menunjukkan keragaman petani dalam

menjawab leaflet terbit satu bulan 1 kali, mereka selalu memperoleh nya dari PPL dan meminjam kepada Ketua Kelompok Tani yang ada.

Tabel 8.Keinginan/Kesediaan Petani Terhadap Folder di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Indikator	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Senang dengan informasi yang disampaikan melalui folder	46	2	95,8	4,2
2	Selalu memperolehnya	46	2	95,8	4,2
	Rata-rata	46	2	95,8	4,2

Dilihat dari Tabel 8 dimana rata-rata persentase keinginan/kesediaanpetani yang dilihat dari dua indikator menunjukkan keinginan/kesediaanpetani tentang folder itu tinggi. Salah satu indikator yang juga digunakan untuk melihat keinginan/kesediaan petani dalam beberapa kali satu bulan folder terbit dan cara memperoleh nya, hasil wawancara menunjukkan keragaman petani dalam menjawab folder terbit satu bulan 1 kali, mereka selalu memperoleh nya dari PPL dan meminjam kepada Ketua Kelompok Tani yang ada.

Tabel 9.Keinginan/Kesediaan Petani Terhadap Poster di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Indikator	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Senang dengan informasi yang disampaikan melalui poster	47	1	97,9	2,1
2	Selalu memperolehnya	47	1	97,9	2,1
	Rata-rata	47	1	97,9	2,1

Dilihat dari Tabel 9 dimana rata-rata persentase keinginan/kesediaanpetani yang dilihat dari dua indikator menunjukkan keinginan/kesediaanpetani tentang poster itu tinggi. Salah satu indikator yang juga digunakan untuk melihat keinginan/kesediaan petani dalam beberapa kali satu bulan poster terbit dan cara memperoleh nya, hasil wawancara menunjukkan keragaman petani dalam menjawab poster terbit satu bulan 1 kali, mereka selalu memperoleh nya dari PPL dan meminjam kepada Ketua Kelompok Tani yang ada.

Tabel 10.Keinginan/Kesediaan Petani Terhadap Brosur di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Indikator	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Senang dengan informasi yang disampaikan melalui brosur	47	1	97,9	2,1
2	Selalu memperolehnya	47	1	97,9	2,1
	Rata-rata	47	1	97,9	2,1

Dilihat dari Tabel 10 dimana rata-rata persentase keinginan/kesediaanpetani yang dilihat dari dua indikator menunjukkan keinginan/kesediaanpetani tentang brosur itu tinggi. Salah satu indikator yang juga digunakan untuk melihat keinginan/kesediaan petani dalam beberapa kali satu bulan brosur terbit dan cara memperoleh nya, hasil wawancara menunjukkan keragaman petani dalam menjawab brosur terbit satu bulan 1 kali, mereka selalu memperoleh nya dari PPL dan meminjam kepada Ketua Kelompok Tani yang ada.

Dari hasil penelitian didapat bahwa tanggapan petani terhadap media komunikasi massa dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Analisis Komponen Konatif Dilihat Dari Aspek Keinginan/Kesediaan Petani Terhadap Media Komunikasi Massa di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Variabel	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Leaflet	47	1	97,9	2,1
2	Folder	46	2	95,8	4,2
3	Poster	47	1	97,9	2,1
4	Brosur	47	1	97,9	2,1
	Rata-rata	46,75	1,25	97,93	2,6

Dari Tabel 11 dapat dilihat bahwa petani rata-rata mempunyai konatif positif terhadap media komunikasi massa, ini berarti bahwa sebagian besar petani memiliki keinginan besar untuk bisa memiliki media komunikasi massa, sedangkan petani yang mempunyai konatif negatif hanya sedikit, ini berarti bahwa petani kurang berminat terhadap media komunikasi massa. Berdasarkan keterangan di atas tanggapan petani terhadap media komunikasi massa di daerah penelitian cenderung positif.

Untuk mengetahui sikap petani terhadap media komunikasi massa di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Rekapitulasi Sikap Petani Melalui Komponen Kognitif, Afektif dan Konatif Terhadap Media Komunikasi Massa di Daerah Penelitian Tahun 2014.

No	Variabel	Frekuensi		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Kognitif	46,75	1,25	97,3	2,6
2	Afektif	46,25	1,75	96,3	3,6
3	Konatif	46,75	1,25	97,3	2,6
	Rata-rata	46,5	1,41	96,9	2,9

Dari Tabel 12 di atas terlihat dari komponen sikap kognitif, afektif dan konatif dimana sikap petani menunjukkan persentase yang tinggi ini berarti petani dikategorikan memiliki sikap positif terhadap media komunikasi massa, sedangkan petani yang menunjukkan sikap negatif terhadap media komunikasi massa menunjukkan persentase yang rendah.

Kepositifan sikap petani terhadap media komunikasi massa menunjukkan kecenderungan petani untuk menyenangkan, mendekati, menerima atau bahkan mengharapkan kehadiran media komunikasi massa di lingkungan mereka. Artinya dengan kehadiran media komunikasi massa dapat membantu petani dalam memperoleh informasi pertanian terutama informasi mengenai usahatani yang mereka kelola (usahatani padi). Keterangan ini diperkuat oleh penuturan petani di lapangan bahwa petani menerima informasi pertanian melalui media komunikasi. Namun dalam penelitian ini pengkajian objek psikologis terbatas pada sikap petani saja dan tidak sampai melihat perilaku, karena ada kalanya seseorang yang bersifat positif belum tentu menunjukkan perilaku yang sesuai dengan sikap yang ditunjukkan. Sikap positif petani tumbuh dari sosialisasi dan pengabdian yang diberikan penyuluh pertanian lapangan dalam membimbing dan mengarahkan petani selama berusaha tani padi. Disamping itu sikap positif lahir dari interaksi komponen sikap yang konsisten.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian sikap petani terhadap media komunikasi massa disimpulkan secara umum hasil penelitian dapat di katakan bahwa petani bersikap positif terhadap keberadaan media komunikasi massa. Sikap positif Petani terhadap terhadap media komunikasi massa menunjukkan persentase lebih tinggi dibandingkan dengan sikap negatif. Ini berarti bahwa petani memperlihatkan kecenderungan untuk menyenangi, mendekati, menerima atau bahkan mengharapkan kehadiran media komunikasi massa di lingkungan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Dekan dan Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian ini. Selain itu ucapan terimakasih juga diucapkan untuk Kepala Desa Malapari yang memfasilitasi pelaksanaan penelitian di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim.2013. Laporan Tahunan Dinas Pertanian Tanaman Pangan Propinsi Jambi. Jambi.

Hernanto, F. 2009. Ilmu Usahtani. Penebar Swadaya. Jakarta.

Mar'at. 2002. *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*. Jakarta Galia Indonesia.

Singarimbun dan Effendi. 1995. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta.

Suardiman. (1984). Bimbingan Orang Tua dan Anak. Yogyakarta : Studing.