

**PEMBANGUNAN
PERTANIAN DAN PETERNAKAN
BERKELANJUTAN**

deepublish / publisher

PEMBANGUNAN PERTANIAN DAN PETERNAKAN BERKELANJUTAN

Editor :
Bernatal Saragih, ... [et al.]

Desain Cover :
Ali Hasan Zein

Sumber :
Ljupco Smokovski & Zoran Zeremski (www.shutterstock.com)

Tata Letak :
Zulita A.

Proofreader :
A. Timor Eldian

Ukuran :
xii, 461 hlm, Uk: 17,5x25 cm

ISBN :
No ISBN

Cetakan Pertama :
Bulan 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2022 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: www.deepublish.co.id

www.penerbitdeepublish.com

E-mail: cs@deepublish.co.id

UTILITAS <i>PODCAST</i> : TRANSFORMASI MEDIA PENYULUHAN PERTANIAN DI ERA DIGITALISASI	249
KEMANDIRIAN PETANI: POSISI TAWAR PETANI DAN INTERVENSI KEBIJAKAN	257
DIVERSIFIKASI USAHATANI DENGAN POLA USAHATANI TIDAK KHUSUS SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI.....	266
RISIKO HARGA DALAM PEMASARAN PRODUK PERTANIAN	274
PENGEMBANGAN MASYARAKAT SEBAGAI UPAYA MEWUJUDKAN JELAI SEBAGAI KOMODITAS PENYANGGA PANGAN DI KALIMANTAN TIMUR	282
MANAJEMEN KEUANGAN DALAM USAHATANI	289
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT EKONOMI KREATIF MELALUI PENGOLAHAN KOMODITAS BAYAM (<i>AMARANTHUS</i>) GUNA MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SERTA MENCEGAH STUNTING PADA BALITA (STUDI KASUS DESA KARANG TUNGGAL).....	296
BAB III PETERNAKAN	304
POTENSI GENETIK AYAM LOKAL KHAS DAYAK SEBAGAI SUPPORT DEFISIT SUPPLY DAGING DAN TELUR AYAM DI KAWASAN IBU KOTA NEGARA DI KALIMANTAN TIMUR	305
PROSPEK SORGUM SEBAGAI SUMBER HIJAUAN MAKANAN TERNAK DI KALIMANTAN TIMUR	321
SILASE SORGUM DAN KONSENTRAT HIJAU UNTUK PENGEMBANGAN PETERNAKAN RUMINANSIA DI LAHAN PASCA TAMBANG	332
PENERAPAN FUNGI MIKORIZA ARBUSKULA PADA TANAMAN PAKAN DI LAHAN PASCA TAMBANG BATUBARA.....	340

UTILITAS *PODCAST*: TRANSFORMASI MEDIA PENYULUHAN PERTANIAN DI ERA DIGITALISASI

Gisky Andria Putra
Jurusan/Program Studi Agribisnis

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, telah berdampak kepada berbagai aktivitas sosial dalam kehidupan masyarakat. Terlebih dengan kemunculan Pandemi Covid-19, menyebabkan aktivitas sosial secara fisik menjadi terbatas dan menuntut kita untuk memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi guna mencukupi kebutuhan aktivitas sosial manusia tersebut (*social needs*). Berbagai media baru pun turut hadir, dan mendorong kita untuk dapat memanfaatkannya. Mondry dalam Zellatifanny, mengungkapkan bahwa media baru adalah media yang dalam penggunaannya memanfaatkan internet (Zellatifanny, 2020).

Kemunculan *podcast* sebagai salah satu media baru, cukup menarik atensi berbagai kalangan masyarakat. Phillips dalam Susilowati, mengungkapkan bahwa *Podcast* atau *iPod Broadcast*, merupakan dokumen audio digital yang diproduksi dan didistribusikan secara *online* melalui berbagai platform untuk disebarkan ke publik. Dokumen audio tersebut ada dalam format digital, sehingga bisa diakses secara langsung (Susilowati, 2020). *Podcast* yang awal kemunculannya dalam bentuk audio, saat ini telah bertransformasi dalam bentuk audio visual.

Di Indonesia, keberadaan *podcast* sudah cukup dikenal oleh masyarakat. Hal ini terbukti dari hasil survei *Daily Social* bersama JakPat tentang "*Podcast User Research in Indonesia 2018*" yang menunjukkan bahwa 68% responden Indonesia mengaku familiar dengan *podcast* dan 81% diantaranya mendengarkan *podcast* dalam beberapa bulan terakhir

(Eka, 2018). Angka ini diperkirakan akan terus melonjak naik, seiring dengan kebutuhan masyarakat akan pemenuhan informasi. Kebangkitan *podcast* tidak lepas dari perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan mengedepankan fleksibilitas.

Baru-baru ini Kementerian Pertanian (Kementan) tengah berupaya memaksimalkan *podcast* untuk mendorong transformasi metode penyuluhan dari *offline* ke *online*. Senada dengan hal tersebut, Kepala Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian (BPPSDMP), juga mengajak penyuluh untuk segera mentransformasikan penggunaan metode penyuluhan LaKu (Latihan dan Kunjungan) yang selama ini dipakai, direvisi dengan menggabungkan pakai teknologi informasi, sehingga dapat menjangkau banyak kelompok tani maupun gapoktan dalam memberikan penyuluhan. Kemajuan pertanian memang semestinya harus didukung dengan semangat inovasi tinggi, melakukan cara-cara baru sebagai ciri yang maju, mandiri, dan modern (Shofa, 2022).

Utilitas *podcast* sebagai media baru, tidak bisa dikesampingkan khususnya dalam aktivitas penyuluhan pertanian. Hal ini merupakan langkah baru guna tercapainya tujuan pembangunan pertanian dengan mendorong petani membuka diri terhadap suatu inovasi. Ketersediaan akses internet serta media pendukung yang relevan memungkinkan petani ataupun Gapoktan untuk dapat mengakses informasi melalui media *podcast*.

Penyuluhan Pertanian

Pada fase awal kemunculannya, kegiatan penyuluhan pertama kali dilaksanakan di Inggris oleh *James Stuart* dari *Fellow of Trinity College, Cambridge* pada tahun 1867-1868. Secara sederhana, penyuluhan merupakan suatu bentuk pendidikan masyarakat yang dilakukan untuk menunjang pembangunan masyarakat atau *Community Development*. Di Indonesia sendiri, tahun 1905 ditunjuk sebagai awal kegiatan penyuluhan pertanian, bersamaan dengan dibukanya Departemen Pertanian yang mana memiliki tugas melaksanakan kegiatan penyuluhan pertanian. Pada dasawarsa 60-an, Penyuluhan menjadi suatu disiplin ilmu yang diperkenalkan melalui SPMA (Sekolah Pertanian Menengah Atas) (Mardikanto, 2009).

Istilah penyuluhan berbeda di setiap Negara, seperti di Belanda disebut dengan *voorlichting*, di Jerman dikenal dengan *advisory work*

(*beratung*), di Perancis disebut dengan *vulgarization*, di Jerman disebut dengan *capacitation* dan di Malaysia dikenal dengan istilah perkembangan sebagai terjemahan dari *extension*. Di Indonesia sendiri istilah penyuluhan di adopsi dari bahasa Belanda, yaitu *voorlichting* yang berarti penyuluhan. Penyuluhan dapat diartikan dengan berbagai pemahaman:

1. Penyuluhan sebagai proses penyebarluasan informasi
Proses penyebarluasan informasi merupakan terjemahan dari kata *extension*. Dalam hal ini, penyebarluasan informasi tentang ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang dihasilkan oleh perguruan tinggi ke dalam praktik atau kegiatan praktis.
2. Penyuluhan sebagai proses penerangan
Sebagai terjemahan dari kata *voorlichting* yang berarti suluh atau obor, maka penyuluhan merupakan suatu bentuk kegiatan penerangan. Maksud dari kata penerangan adalah memberikan penerangan dan juga menjelaskan segala informasi yang ingin disampaikan kepada kelompok sasaran yang akan menerima manfaat dari penyuluhan, sehingga kelompok sasaran benar-benar dapat memahaminya.
3. Penyuluhan sebagai proses perubahan perilaku
Penyuluhan merupakan proses aktif yang memerlukan interaksi antara penyuluh dan kelompok sasaran, agar terbangun proses perubahan perilaku yang merupakan perwujudan dari pengetahuan, sikap dan keterampilan. Dengan kata lain, penyuluhan merupakan proses yang dilakukan secara terus menerus sehingga terjadi perubahan perilaku pada kelompok sasaran.
4. Penyuluhan sebagai proses belajar
Penyuluhan merupakan kegiatan penyebarluasan informasi yang dapat merangsang terjadinya proses perubahan perilaku yang dilakukan melalui proses pendidikan dan kegiatan belajar. Dengan kata lain, perubahan perilaku dapat terjadi melalui proses belajar.
5. Penyuluhan sebagai proses perubahan sosial
Perubahan sosial terjadi dengan diawali oleh perubahan perilaku yang terjadi pada diri individu di dalam suatu kelompok sosial, melalui hubungan antar individu di dalam kelompok sosial, termasuk struktur, nilai-nilai, dan pranata sosialnya (demokratisasi, transparansi, supremasi hukum, dan lainnya).

6. Penyuluhan sebagai proses rekayasa sosial
Penyuluhan merupakan segala upaya yang dilakukan untuk menyiapkan sumber daya manusia, agar manusia tersebut tahu, mau dan mampu melaksanakan peran sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya dalam sebuah sistem sosial. Tujuan dari rekayasa sosial adalah untuk mewujudkan proses perubahan sosial demi terciptanya kondisi sosial yang diinginkan oleh perekayasa.
7. Penyuluhan sebagai proses pemasaran sosial
Maksud dari pemasaran sosial adalah penerapan konsep atau teori-teori pemasaran dalam proses perubahan sosial. Proses pemasaran sosial dimaksudkan untuk menawarkan sesuatu kepada masyarakat. Pengertian dari menawarkan di sini adalah upaya menumbuhkan, menggerakkan serta mengembangkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pembangunan yang ditawarkan, dan akan dilakukan oleh masyarakat untuk masyarakat bersangkutan.
8. Penyuluhan sebagai proses pemberdayaan masyarakat
Kegiatan penyuluhan bertujuan untuk memberdayakan masyarakat. Memberdayakan berarti memberikan daya kepada yang tidak berdaya atau mengembangkan daya yang sudah dimiliki menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat bagi masyarakat bersangkutan.
9. Penyuluhan sebagai proses penguatan kapasitas
Penguatan kapasitas berarti penguatan kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu di dalam masyarakat, kelembagaan, dan lainnya.
10. Penyuluhan sebagai proses komunikasi pembangunan
Penyuluhan tidak sekadar upaya untuk menyampaikan pesan-pesan pembangunan, tetapi juga untuk menumbuhkembangkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan (Mardikanto, 2009).

Van Den Ban dan H.S Hawkins (1988) dalam Amanah, menyatakan bahwa penyuluhan adalah keterlibatan seseorang untuk melakukan komunikasi informasi secara sadar dengan tujuan membantu sesamanya sehingga mereka bisa membuat keputusan sendiri (Amanah, 2014). Penyuluhan merupakan bagian dari sub-sistem Agribisnis, yaitu sub-sistem penyedia jasa agribisnis (*services for agribusiness*) seperti perkreditan, transportasi dan pergudangan, Litbang, Pendidikan SDM (Penyuluhan), dan kebijakan ekonomi (Saragih, 1998). Penyuluhan dapat pula dimaknai sebagai suatu kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui aktivitas pembelajaran dengan tujuan mengubah perilaku (pengetahuan,

sikap, dan keterampilan) mereka sehingga nantinya mereka dapat berpartisipasi dalam pembangunan.

Teori Uses & Gratification

Teori *uses and gratification* diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan (Nurudin, 2006).

Inti gagasan dari Teori *uses and gratification* adalah pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan terhadap motif-motif tersebut. Pemilihan media yang dilakukan oleh audiens merupakan salah satu cara pemenuhan kebutuhan dalam menerima informasi.

Mcquail dan rekannya mengemukakan empat alasan mengapa audiens menggunakan media, yaitu:

1. Pengalihan (*diversion*), yaitu melarikan diri dari rutinitas atau aktivitas sehari-hari.
2. Hubungan personal, terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
3. Identitas personal, sebagai cara memperkuat nilai-nilai individu.
4. Pengawasan (*surveillance*), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu (West Richard dan Lynn H. Turner, 2008).

Petani merupakan sasaran dari kegiatan penyuluhan, di mana mereka memainkan peran sebagai pengguna media dan dapat mengakses informasi sesuai dengan kebutuhan mereka. Teori *uses and gratification* hadir untuk menjawab hal ini serta memberikan gambaran bagaimana petani menggunakan media secara aktif dan selektif dalam memilih konten media khususnya *podcast*. Alasan Pengawasan (*surveillance*) menjadi sorotan yang memotivasi petani menggunakan media untuk mencapai

kepuasan, keinginan, kebutuhan akan informasi yang relevan dengan permasalahan yang mereka hadapi dalam konteks pertanian.

Utilitas *Podcast* sebagai Media Penyuluhan Pertanian

Kehadiran *podcast* di Indonesia berkembang dengan cukup pesat. Titik awal *podcast* masuk ke Indonesia dimulai pada tahun 2018, dengan kemunculan kanal *podcast* di aplikasi Spotify (Dalila & Enungtyas, 2020). Lisa Glebatis Perks dan Jacob S. Turner, Pada tahun 2019 melakukan penelitian terkait *podcast* dengan judul “*Podcasting and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study*” dengan menggunakan teori *uses and gratifications*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa *podcast* menawarkan konten menarik bagi *viewers*, memungkinkan *viewers* untuk menjadi produktif serta memperluas pikiran. Kenikmatan lainnya terdapat pada jalinan hubungan antara *host* dan pendengar lainnya (Perks, 2019).

Utilitas *podcast* sebagai media baru saat ini sudah banyak diimplementasikan di berbagai kegiatan, tidak hanya di bidang hiburan, namun juga merambat ke bidang pendidikan, bahkan penyuluhan. Dalam bidang Penyuluhan, eksistensi media baru ini dianggap cukup potensial dan efektif di Era Digitalisasi. Banyak faktor yang dapat mendukung hipotesis ini, diantaranya adalah:

1. Semakin meningkatnya *viewers podcast* yang tersedia di berbagai platform baik itu Youtube, Spotify, Anchor, dan lain-lain.
2. Akses terhadap *podcast* saat ini juga terbilang sangat mudah, karena dapat diakses dari beragam platform.

Di samping itu, keunggulan dari utilitas *podcast* ini sebagai media penyuluhan pertanian adalah siaran *Podcast* dapat diunduh, *repeatable* (dimungkinkan untuk mengulang siaran/tayangan), serta fleksibel dan bisa didengarkan di mana saja. Jika dihubungkan dengan teori *uses and gratifications* dan penyuluhan pertanian, *podcast* memungkinkan petani untuk aktif dan selektif dalam memilih/menggunakan konten *podcast* yang diminati dan sesuai dengan kebutuhannya demi tercapainya kepuasan dalam pemenuhan informasi. Hal ini dikarenakan oleh *podcast* memiliki banyak pilihan.

Sudah semestinya transformasi media penyuluhan pertanian diarahkan salah satunya kepada utilitas *podcast*. Kemandirian petani dalam memperoleh informasi maupun inovasi dimungkinkan dapat tercapai melalui hal ini. Namun, perlu ingat bahwa pendekatan lainnya juga masih

tetap dibutuhkan, yaitu melalui pendekatan Langsung dan Kunjungan (LaKu). Sinergitas antara keduanya diharapkan dapat menjadi titik terang dalam menjawab isu-isu kontemporer bidang pertanian, akselerasi tujuan pembangunan pertanian.

Hal yang masih menjadi pekerjaan rumah (PR) bagi pemerintah saat ini adalah pemerataan akses internet di Indonesia. Berdasarkan Data resmi statistik yang dirilis oleh BPS, nilai Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia tahun 2019 sebesar 5,32 dari rentang 0-10, nilai tersebut meningkat jika dibandingkan tahun 2018 yang sebesar 5,07. Secara umum, IP-TIK pada tingkat provinsi mengalami peningkatan dari tahun 2018 ke tahun 2019. Pada tahun 2019 DKI Jakarta memiliki IP-TIK tertinggi dengan nilai sebesar 7,31, sedangkan Papua memiliki IP-TIK terendah dengan nilai sebesar 3,33. Selanjutnya dari 34 provinsi di Indonesia, sebanyak 21 provinsi memiliki nilai IP-TIK di bawah nilai IP-TIK secara nasional dan 12 provinsi termasuk dalam kategori rendah (Setyawan, 2021). Namun saat ini Kemenkominfo terus berupaya melakukan upaya-upaya mempercepat pemerataan akses internet di seluruh wilayah Indonesia yang nantinya juga diharapkan dapat menjadi modal utama dan perbaikan fondasi pembangunan bagi negara untuk peningkatan di sektor ekonomi, pendidikan, kesehatan, pariwisata, penyuluhan pertanian dan sektor lainnya. Dengan adanya pemerataan akses internet di Indonesia, diharapkan akan mampu mendorong semakin banyaknya petani-petani yang melek teknologi serta mau dan mampu menggunakan media baru *podcast* guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka terhadap informasi dan inovasi.

Daftar Pustaka

- Amanah, Siti dan Narni Farmayanti. 2014. Pemberdayaan Sosial Petani-Nelayan, Keunikan Agroekosistem dan Daya Saing. Jakarta: Pustaka Obor Indonesia.
- Dalila, Nadana dan Niken Febrina Ernungtyas. 2020. Strategi Storytelling, Spreadability, dan Monetization Podcast sebagai Media Baru Komedi. *Jurkom: Jurnal Riset Komunikasi*, 3(2), 1140-160.
- Eka, R. 2018. DailySocial. Diperoleh dari DailySocial: <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018>.
- Mardikanto, Totok. 2009. Sistem Penyuluhan Pertanian. Surakarta, Jawa Tengah: UNS Press.

- Nurudin. 2006. Pengantar Komunikasi Massa, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Perks, L. G. 2019. *Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study*. *Mass Communication and Society*, 96-116.
- Setyawan, F. T. 2021. Direktorat Jenderal Anggaran Kementerian Keuangan. Retrieved from Pemerataan Akses Internet Dengan Infrastruktur TIK: <https://anggaran.kemenkeu.go.id/in/post/pemerataan-akses-internet-dengan-infrastruktur-tik>
- Shofa, J. N. 2022. beritasatu. Diperoleh dari beritasatu: <https://www.beritasatu.com/news/897383/kementan-maksimalkan-podcast-untuk-transformasi-metode-penyuluhan>.
- Saragih, Bungaran. 1998. Kumpulan Pemikiran Agribisnis: Paradigma Baru. Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian. Yayasan Persada Mulia Indonesia.
- Susilowati, Ratna Dwi, Utama, dan Nuqhty Faiziyah. 2020. Penerapan Podcast pada Aplikasi Spotify sebagai Media Pembelajaran Matematika di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Pendidikan dan Inovasi Pembelajaran Matematika*, 4(1), 68-78.
- West, Richard, Lynn H. Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika.
- Zellatifanny, Cut Medika. 2020. Tren Diseminasi Konten Audio on Demand melalui Podcast: Sebuah Peluang dan Tantangan di Indonesia. *Jurnal Pekommas*.