

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan alur perencanaan komunikasi yang diterapkan UPT SKB pada KRPL dan strategi komunikasi yang oleh penyuluh dalam mewujudkan Kawasan Rumah Pangan Lestari di Dusun Pasarejo RT 001/003 Desa Nambangan, Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri. Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain. Rujukan penelitian pertama yaitu skripsi Klara Esti Asihing Titisari Mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2012) dengan judul Strategi Komunikasi Edukasi Pertanian Ramah Lingkungan di Gubug Selo Merapi. Dalam penelitiannya peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan hasil yang memberikan gambaran bahwa tim EGSPi menggunakan strategi komunikasi faktual atau komunikasi fakta yaitu dengan menyampaikan informasi untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, dan perilaku orang lain dengan memaparkan fakta atau bukti nyata dan menunjukkan contoh teladan berupa perilaku yang bisa dilihat, dirasakan dan dialami langsung oleh publik sasaran. Tim EGSPi juga memilih komunikasi langsung tatap muka dengan observasi lapangan, praktik bersama, diskusi dan dialog guna memperbesar peluang partisipasi para petani.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Iffah Masithah Yusminanda Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (2011) yang berjudul Strategi Promosi Kesehatan Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana dalam Mengkomunikasikan kesatuan Program KB Badan Kesejahteraan Keluarga, Pemberdayaan Perempuan dan keluarga Berencana (BKK, PP dan KB) Kabupaten Bantul. Metode penelitian yang

digunakan adalah studi kasus deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, data sekunder dan *focus group discussion* dengan uji validitas data yang digunakan adalah triangulasi data. Hasil dari peneliti menunjukkan bahwa PLKB dengan mengadakan berbagai pertemuan bersama warga (akseptor KB dan calon akseptor KB) dan komunikasi dengan para tokoh masyarakat namun demikian kinerja PLKB ini tidak dapat dikatakan sempurna karena PLKB yang jarang hadir dalam kegiatan posyandu.

Penelitian berikutnya oleh Maria Candraning Lintang Larasati dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2011) yang berjudul Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program Kemitraan kepada Publik Eksternal PT. Telkom Yogyakarta menggunakan penelitian kualitatif yang memaparkan situasi atau peristiwa tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi. Namun hasil dari strategi komunikasi *community relation* hanya sebagai penamaan saja, karena tidak menerapkan aspek membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan komunitas namun sosialisasi program dilakukan untuk memberikan informasi mengenai program kemitraan PT. Telkom Yogyakarta.

Dari ketiga penelitian tersebut dapat dijadikan sumber referensi untuk meneliti strategi komunikasi penyuluh dinas pertanian pada UPT SKB untuk mewujudkan program pembelajaran Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL). Kajian pada penelitian ini berawal dari penerapan KRPL oleh UPT SKB yang kemudian dilanjutkan pada fokus strategi komunikasi yang digunakan oleh penyuluh dinas pertanian di Dusun Pasarejo RT 001/003 Desa Nambangan Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri.

2.2. Komunikasi

Suatu proses pertukaran informasi akan menimbulkan sebuah proses komunikasi baik secara verbal ataupun nonverbal. Dengan komunikasi dapat memberikan suatu penjelasan tentang apa yang akan disampaikan hingga dapat membujuk untuk melakukannya sesuai dengan

yang diperintahkan sebelumnya. Suatu proses kegiatan dapat berjalan dengan baik karena adanya komunikasi yang memberikan perubahan.

Harold Laswell dalam Deddy Mulyana (2010: 69-72) menjelaskan cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect ?*” Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? Dalam hal tersebut Laswell menunjukkan bahwa komunikasi memiliki 5 unsur, yaitu:

a. Sumber (*Source*)

Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa berasal dari individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara.

b. Pesan (*Says What*)

Yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan mempunyai 3 komponen: makna, simbol yang digunakan menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan.

c. Saluran atau media (*Through What*)

Yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.

d. Penerima (*Receiver*)

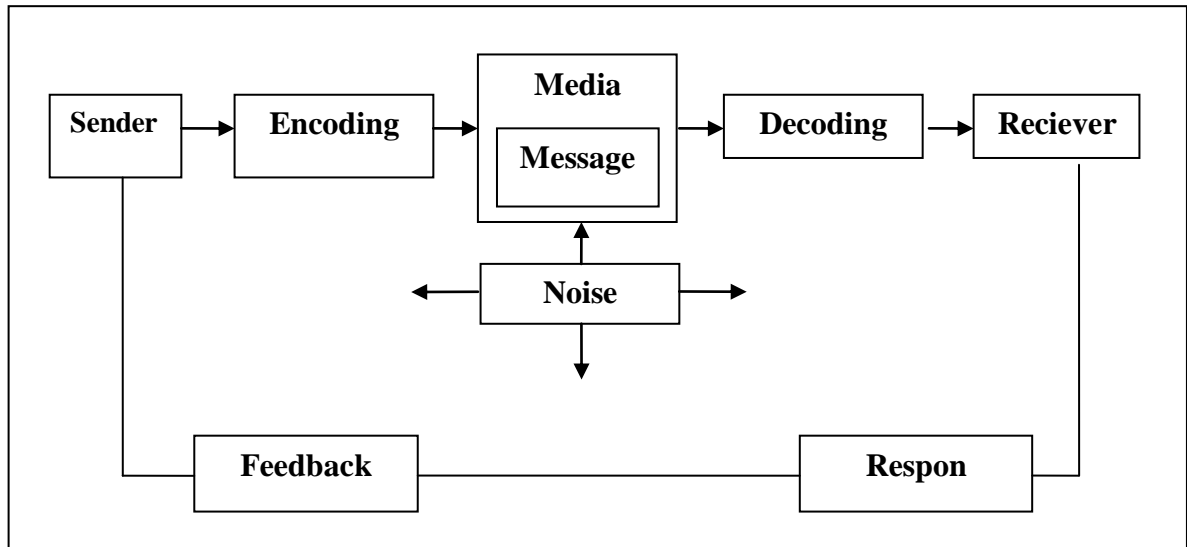
Yakni orang yang menerima pesan dari sumber.

e. Efek (*What Effect*)

Yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Dalam unsur ini efek dapat menanyakan 2 hal antara lain apa yang ingin dicapai dengan hasil komunikasi dan apa yang dilakukan orang setelah menerima hasil komunikasi.

Namun menurut Deddy Mulyana (2011) dari kelima unsur komunikasi Laswell dapat disempurnakan dengan menambahkan beberapa unsur meliputi umpan balik (*feedback*), gangguan/kendala komunikasi (*noise/barriers*), dan konteks atau situasi komunikasi. Dari keseluruhan unsur-unsur tersebut saling bergantung dan mempengaruhi. Untuk

memperoleh kejelasan, Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Manajemen*, yang mengkaji proses komunikasi berdasarkan paradigma Harold Laswell.



Gambar. 2.1. Model Proses Komunikasi

Sumber: Marketing Management, Philip Kotler dalam Uchjana, (2002: 18)

Unsur-unsur dalam proses komunikasi tersebut, yaitu:

a. *Sender*

Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang

b. *Encoding*

Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk.

c. *Message*

Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

d. *Media*

Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.

e. *Decoding*

Pengawasandian yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

f. *Receiver*

Komunikan yang menerima pesan dari penerima.

g. *Response*

Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.

h. *Feedback*

Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan oleh komunikator.

i. *Noise*

Gangguan tak rencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Dengan model komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu komunikasi harus mengetahui latarbelakang khalayak yang akan dijadikan sasaran dan pengaruh apa yang diinginkan oleh komunikator. Selain itu keterampilan dalam penyandian pesan juga menjadi perhitungan bagaimana seorang komunikator menyampikan pesan sehingga komunikan dapat mengatur sandi pesan yang diterimannya. Seorang komunikator harus teliti saat milih media yang akan digunakan dalam mengirimkan pesan dan mencapai target yang telah ditentukan.

2.3. **Perencanaan Komunikasi**

Kebijaksanaan dalam melakukan perencanaan dan strategi komunikasi memang saling berpengaruh. Menurut Ely D. Gomez (1993) dalam Cangara (2013:62) mengatakan kebijaksanaan komunikasi dapat dilakukan tanpa membicarakan perencanaan komunikasi, tetapi membicarakan perencanaan komunikasi tidak mungkin dilakukan tanpa mengaitkan dengan kebijaksanaan komunikasi. Sebab kebijaksanaan komunikasi merupakan perencanaan strategik jangka panjang yang harus dijabarkan kedalam perencanaan operasional. Kemudian Robin Mehall dalam Cangara (2013: 45) menegaskan bahwa perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian

tujuan dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan jangka waktu berapa lama hal bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.

Berikut hubungan antara kebijaksanaan, perencanaan dan strategi komunikasi:



Gambar. 2.2. Penjabaran Perencanaan Komunikasi dan kebijakan sampai operasional
Sumber: Cangara (2013:62)

Permasalahan yang sering muncul adalah konsep strategi komunikasi tak jarang disamakan dengan kebijaksanaan komunikasi padahal strategi komunikasi adalah kiat atau taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi. Konsep dalam strategi komunikasi pernah mengalami duplikasi karena seringkali dianggap sebagai payung perencanaan jika dihubungkan dengan konsep perencanaan strategik yang notabene adalah kebijaksanaan komunikasi. *Strategic Planing* ialah perencanaan yang menetapkan program jangka panjang (*long-term-plan*) dalam mencakup kerangka kerja untuk perencanaan

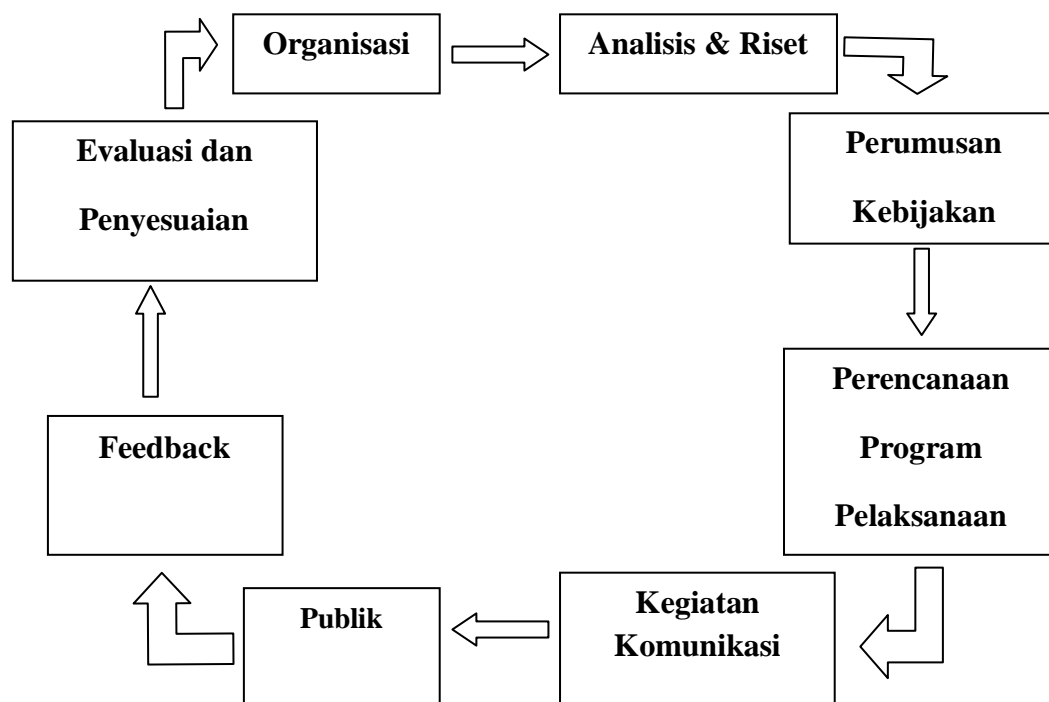
jangka menengah (*middle-term-plan*) dan jangka pendek (*short-term-plan*). Oleh karenanya dalam konsep strategi komunikasi dapat diletakkan sebagai bagian dari perencanaan strategik yang tak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang. Cangara (2013).

2.3.1. Model Perencanaan Komunikasi oleh Philip Lesly

Model perencanaan komunikasi milik Philip Lesly terdiri atas dua komponen utama, yakni organisasi yang menggerakkan kegiatan dan publik yang menjadi sasaran kegiatan. Dalam komponen organisasi terdapat enam tahapan, kemudian dalam komponen publik terdapat dua tahapan yang harus dilakukan seorang perencana komunikasi.

Berikut tahapan-tahapan model perencanaan Philip

Lesly:



Gambar. 2.3. Model Perencanaan Komunikasi oleh Philip Lesly
Sumber: Cangara (2013: 70)

- a. Organisasi, yang terdiri dari:
 1. Analisis dan riset.
 2. Perumusan Kebijakan.
 3. Perencanaan program pelaksanaan.
 4. Kegiatan Komunikasi.
- b. Publik, yang terdiri dari:
 1. Umpan balik, dan
 2. Evaluasi.

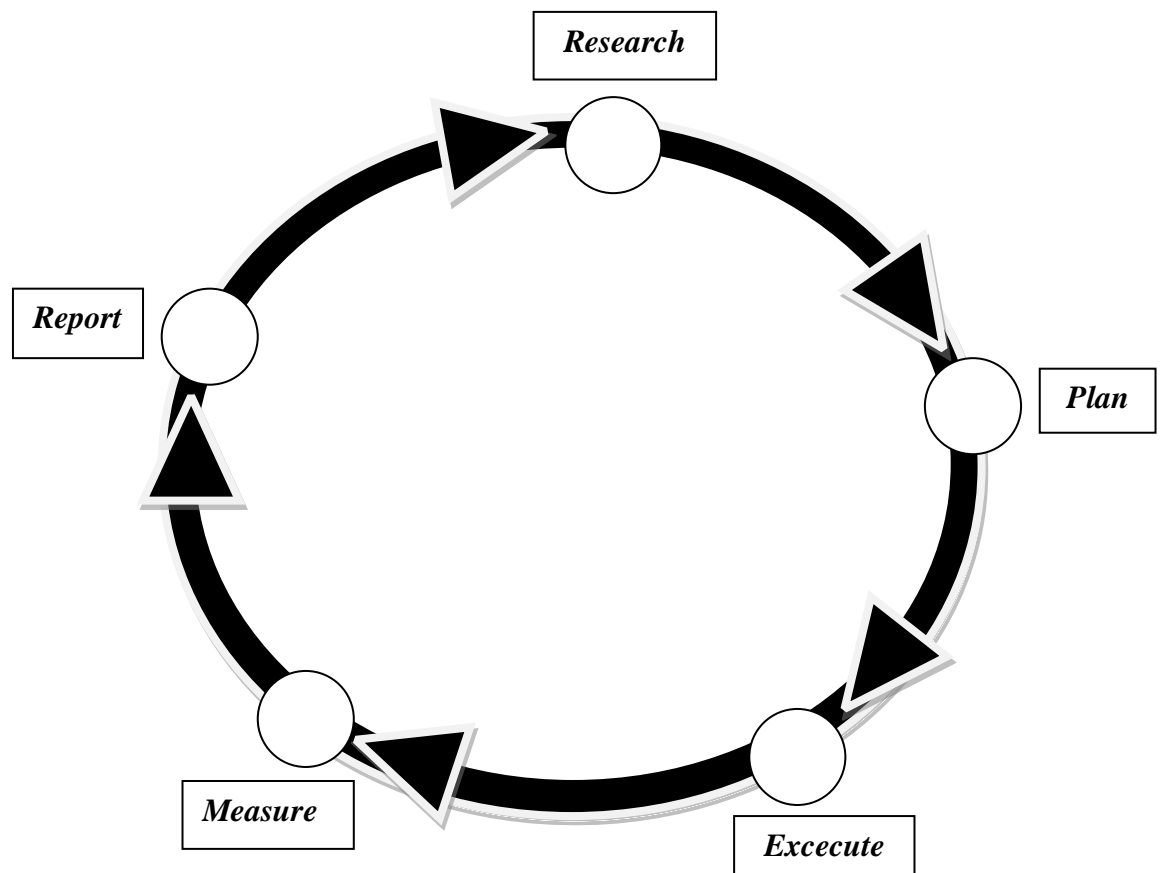
Organisasi merupakan pengelola kegiatan dapat berbentuk lembaga pemerintah, perusahaan swasta, atau organisasi sosial yang memerlukan tenaga spesialis yang bisa menangani masalah-masalah komunikasi yang bisa meliputi untuk keperluan pencitraan, pemasaran, atau kegiatan kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya. Selanjutnya langkah yang harus dilakukan dalam komponen organisasi adalah analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan dan kegiatan komunikasi. Analisis dan riset dilakukan sebagai langkah awal untuk mendeteksi atau mengetahui permasalahan yang dihadapi, sesudah itu perumusan kebijakan yang mencakup strategi yang akan digunakan. Pada tahap perencanaan pelaksanaan sudah ditetapkan sumber daya yang akan digerakan, antara lain tenaga, dana, fasilitas, sedangkan pada tahap kegiatan komunikasi adalah tindakan yang harus dilakukan, yakni membuat dan menyebarluaskan informasi baik melalui media massa ataupun melalui saluran-saluran komunikasi lainnya (kelompok tradisional, media baru, *focus grup*, publik)

Publik adalah komponen kedua yang menjadi sasaran kegiatan organisasi. Publik disini bisa bermacam-macam tergantung jenis kegiatan organisasi. Dalam komponen publik, langkah yang harus dilaksanakan adalah umpan balik dan evaluasi atau penyesuaian. Umpan balik dapat terlihat melalui riset dengan cara mengedarkan kuisioner, wawancara, atau melalui *focus grup*

discussion yang bertujuan untuk mengetahui pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak. Sehingga berdasarkan pendapat ide, keluhan dan saran dari khalayak dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka perbaikan, peningkatan, dan penyesuaian program yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga pelaksana.

2.3.2. Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah

Model perencanaan komunikasi lima langkah ini terdiri dari beberapa tahapan antara lain:



Gambar. 2.4. Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah
Sumber. Cangara (2013: 72)

a. Penelitian (*research*)

Bertujuan untuk mengetahui masalah yang dihadapi suatu lembaga atau organisasi.

b. Perencanaan (*plan*)

Merupakan sebuah tindakan yang akan diambil setelah memperoleh hasil dari penelitian (*diagnose*) yang dilakukan sebelumnya kemudian akan menciptakan perencanaan komunikasi yang akan digunakan meliputi strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen) hingga efek yang diharapkan.

c. Pelaksanaan (*execute*)

Suatu tindakan yang diambil untuk mengimplementasikan perencanaan komunikasi yang telah dibuat. Pelaksanaan ini dapat dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, iklan di media massa hingga mengirimkan tim penyuluh untuk bertatapmuka dengan kelompok yang menjadi target sasaran.

d. Pengukuran (*measure*)

Dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Misalnya apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh target sasaran hingga tindakan apa yang telah dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan.

e. Pelaporan (*report*)

Merupakan tindakan terakhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan. Jika dalam hasil laporan tersebut memperoleh hasil yang positif dan berhasil maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya (*multi-years*). Namun apabila dalam hasil laporan ditemukan hal-hal yang kurang sempurna maka hal tersebut bisa digunakan untuk bahan pertimbangan revisi atau memodifikasi strategi komunikasi yang akan dilakukan.

2.4. Strategi Komunikasi

Untuk mencapai keberhasilan suatu kegiatan dibutuhkan sebuah strategi komunikasi yang efektif yang ditentukan oleh penentu strategi komunikasi. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai sebuah tujuan tersebut strategi komunikasi tidak hanya berperan sebagai penunjuk arah suatu kegiatan melainkan juga harus mampu memberikan arahan bagaimana teknik operasionalnya sehingga akan menghasilkan kegiatan yang maksimal dan efisien. Demikian pula strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu sesuai pada situasi dan kondisi. (Effendy, 2004: 29). Kemudian Marthin Anderson (1968) merumuskan bahwa “strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi atau pikiran untuk membawa semua sumber daya yang ada tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien”. Kemudian diperluas oleh seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) dalam Cangara (2013: 61) menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan.

Tujuan strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam Uchjana (2011:32) mengatakan ada 3 tujuan kegiatan komunikasi antara lain; (a). *to secure understanding*; (b). *to establish acceptance*; (c). *to motivate action*. Menjelaskan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterima sehingga setelah komunikasi mengerti maksud pesan yang disampaikan maka penerima pesan itu harus dibina dan pada akhirnya komunikasi akan termotivasi untuk mengikuti kegiatan tersebut. Strategi Komunikasi yang mempunyai sifat makro yang

dalam prosesnya berlangsung secara vertikal piramida berarti berbicara mengenai sistem masyarakat dan berbicara tentang manusia oleh karenanya sifat makro sistem komunikasinya menyangkut sistem pemerintahan.

2.4.1. Model Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan langkah yang krusial yangmana membutuhkan penanganan secara hati-hati dalam membuat perencanaan komunikasi, sebab apabila dalam pemilihan strateginya salah maka hasilnya tidak dapat sesuai dengan yang diharapkan sehingga hal tersebut akan menimbulkan kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga.

Oleh karena itu seorang perencana harus menentukan strategi komunikasi yang tepat dan sesuai yang akan digunakannya dalam menjalankan program komunikasinya agar berhasil. Menurut Cangara (2013:103-107) strategi komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa analisis, antara lain:

a. Analisis SWOT

Yaitu peralatan yang digunakan untuk mengukur kekuatan yang dimiliki, kelemahan-kelemahan yang ada sehingga dapat diperoleh peluang yang ada dan ancaman apa saja yang dapat ditemui.

b. Analisis akar masalah

Suatu teknik analisis yang bertahap dan berfokus pada penemuan akar penyebab suatu masalah dan bukan hanya melihat gejala dari suatu masalah sehingga masalah tersebut tidak terjadi di masa mendatang.

c. Analisis kekuatan medan

Yaitu teknik analisis yang digunakan untuk melihat semua faktor pendorong suatu keputusan sehingga dapat memberikan alternatif untuk mengurangi atau meniadakan faktor pengambat.

d. Analisis kesenjangan

Suatu teknik analisis yang bertujuan untuk mengevaluasi perbedaan antara posisi organisasi pada saat sekarang dan posisi organisasi yang diinginkan pada masa mendatang.

e. Baku mutu

Adalah suatu tingkat dimana mutu kerja dilakukan untuk keperluan praktik usaha atau program tertentu yang diakui sebagai standar kesempurnaan dan dapat dijadikan rujukan pengukuran standar untuk perbandingan melalui proses kinerja yang sempurna.

f. Metode analisis identifikasi isu

Suatu metode untuk mengidentifikasi kecenderungan isu yang ada yang dianalisis untuk pengambilan keputusan.

g. Metode konstruksi skenario

Merupakan suatu metode yang digunakan untuk membangun skenario dari data yang diterima secara umum dengan memunculkan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kondisi yang diidentifikasi dan diterapkan oleh isu kritis dan faktor lain masuk akal ?
2. Apakah peristiwa, kejadian, kondisi, atau perubahan yang ada dapat digambarkan secara evolusi dari setiap kondisi yang akan datang ?
3. Apa yang mungkin bisa terjadi dari kondisi yang ada sekarang, peluang apa, serta ancaman apa yang bisa terjadi dalam kasus tersebut serta sumber utama dari setiap kondisi yang ada ?

Dari ketiga pertanyaan tersebut yang membangun konstruksi skenario dengan menemukan masalah dan bagaimana cara mengatasi hambatannya komunikator dapat memberikan metode yang membuat komunikan paham dan

bukan hanya sekedar tahu/hafal, yaitu dengan cara komunikasi diajak untuk melakukan, melihat, mendengar, merasakan secara langsung objek yang sedang dipelajari, sehingga komunikasi memahaminya yang ditunjang dengan menggunakan beberapa contoh alat peraga. (Mulyadi 2007:17). Hal tersebut dapat dikatakan sebagai strategi komunikasi menggunakan *learning by doing*.

2.4.2. Learning by Doing

Learning by doing dikembangkan oleh John Dewey dalam Marlina (2008: 15) yang menyatakan bahwa:

“Men have to do something to the this when have to do something to the this when they wish ti find out something the have to other conditions”

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Hamalik dalam (ibid, 15) bahwa belajar yang efektif jika kegiatan belajar itu diarahkan pada upaya bagi individu untuk dapat bekerja, melakukan tugas-tugas pekerjaan dalam bidang pekerjaan tertentu.

Pembelajaran *learning by doing* dilakukan dengan merencanakan waktu, tempat, target sasaran dan tujuan yang akan digunakan untuk melaksanakan suatu program. Oleh karena itu apabila setiap bagian dari program telah tertata dengan teratur maka program akan berjalan dengan sistematis dan terstruktur.

2.4.2.1. Fungsi dan Tujuan Learning by Doing

Menerapkan *learning by doing* dalam sebuah program kemasyarakatan yang melibatkan berbagai peran membutuhkan kompetensi yang menyatukan tujuan, perilaku dan minat target sasaran. *Learning by Doing* ini fokus pada pengembangan hasil yang nyata dan kecakapan karena memiliki fungsi sebagai berikut (ibid, 16) :

1. Memperkenalkan beberapa realita dalam pengajaran.
 - a. Mengembangkan materi pembelajaran dari realitas sekitar sehingga tidak hanya berpatokan pada teori yang ada dibuku.
 - b. Mendatangkan pengajar yang berkompeten dibidangnya saat pembelajaran untuk menambah pengetahuan dan wawasan peserta didik dengan cara teori ataupun praktek.
2. Melaksanakan serangkaian pengajaran langsung dengan melibatkan peserta didik untuk memecahkan masalah dengan bimbingan pengajar.
 - a. Memperhatikan kebebasan akademik guna mengembangkan prinsip berdasarkan sikap saling menghormati dan memperhatikan satu sama lain
 - b. Memberikan kesempatan pada peserta didik untuk aktif berpartisipasi dalam merencanakan kegiatan melakukan proses dan pengambilan keputusan.

Kegiatan penerapan *learning by doing* menggunakan pendekatan interaktif, edukatif yang bisa dikatakan sangat efektif karena peserta didik diajak untuk melakukan demonstrasi dan eksperimen dengan mencoba mengerjakan sesuatu serta mengamati proses dan hasilnya. Adapun tujuan dari demonstrasi dan eksperimen antara lain : (ibid, 16)

- a. Untuk mengetahui sesuatu secara lebih pasti dan teliti.
- b. Melakukan pengamatan dan pengumpulan data.
- c. Melaksanakan percobaan sesuai teori yang dipelajari dan ditindaklanjuti dengan praktek.

- d. Menganalisa hasil produk untuk mengetahui tingkat keberhasilan ataupun kegagalan sehingga dapat dilakukan evaluasi.

2.4.2.2. Prinsip-prinsip *Learning by Doing*

Untuk menerapkan *learning by doing* dibutuhkan prinsip-prinsip yang akan digunakan, antara lain (ibid, 17):

- a. Melibatkan peserta didik secara langsung dalam kegiatan belajar mengajar karena pendekatan ini mengunggulkan pada pengalaman peserta didik secara langsung yang berkenaan dengan kompetensi yang harus dikuasai.
- b. Menyediakan pendekatan multisensor bagi peserta didik ketika pembelajaran berlangsung.
- c. Memberikan kompetensi bagi peserta didik untuk mengembangkan keterampilan menggunakan bahan dan melakukan praktek.
- d. Membina suasana yang transaksional antara peserta didik dan pengajar.

2.4.2.3. Metode pada *Learning by Doing*

Metode merupakan cara yang digunakan untuk menyampaikan materi pembelajaran kepada peserta didik. Untuk menentukan metode penyampaian materi harus disesuaikan dengan tujuan yang akan dicapai sehingga penggunaan metode pembelajaran yang bervariasi akan mendukung proses pembelajaran yang berkualitas dan tujuan dapat tercapai secara maksimal. Adapun penerapan metode yang digunakan pada *learning by doing* yang dikutip dari (ibid, 37) antara lain:

- a. Metode ceramah

Merupakan cara penyajian materi yang dilakukan oleh pengajar dengan penuturan ataupun

penjelasan lisan secara langsung terhadap peserta didik

b. Metode demonstrasi

Adalah cara penyajian bahan/alat pembelajarann dengan memperagakan atau mempertunjukkan suatu proses, situasi, atau benda tertentu yang sedang dipelajari, baik sebenarnta ataupun tiruan yang sering disertai dengan penjelasan lisan.

c. Metode latihan

Adalah suatu cara mengajar yang baik untuk menamamkan kebiasaan-kebiasaan tertentu yang digunakan untuk mendapatkan keterampilan, ketangkasan, kesempatan dan ketepatan.

d. Metode tanya jawab

Adalah cara penyajian materi dalam bentuk pertanyaan baik yang berasal dari pengajar ataupun peserta.

Dari keempat metode tersebut Mulyadi (2007: 17) menambahkan beberapa metode lainnya, antara lain:

e. Metode resitasi (Penugasan)

Merupakan metode penyajian materi dimana pengajar memberikan tugas tertentu agar peserta didik melakukan kegiatan belajar.

f. Metode Karyawisata.

Metode mengajar yang pelaksanaannya mengajak siswa untuk langsung mengamati objek atau sasaran yang ada dilingkungan sekitar.

2.5. Kawasan Rumah Pangan Lestari

Hasil sumber daya alam di Indonesia sangatlah melimpah namun disisi lain tingkat konsumsi gizi yang telah dianjurkan belum sepenuhnya tercukupi. Olehnya karenanya pemerintah mengupayakan untuk meningkatkan ekonomi kreatif melalui ketahanan pangan dengan mengoptimalkan pemanfaatan lahan perkarangan berdasarkan pada sumberdaya lokal maupun genetik pangan seperti tanaman, ternak, ikan yang dikelola oleh rumah tangga. (Kementerian Pertanian, 2012: 1). Hal tersebut mendorong Departemen Pertanian melalui Badan Litbang pertanian untuk mengembangkan suatu model Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL) yang merupakan himpunan dari Rumah Pangan Lestari (RPL) yaitu rumah dengan prinsip pemanfaatan pekarangan yang ramah lingkungan dan dirancang untuk pemenuhan kebutuhan pangan dan gizi keluarga, diversifikasi dengan berbasis sumber daya lokal, pelestarian tanaman pangan untuk masa depan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam menjaga keberlanjutan pemanfaatan pekarangan dalam konsep KRPL dilengkapi dengan kelembagaan Kebun Bibit Desa yang merupakan unit pengelolaan serta pemasaran untuk menyelamatkan hasil yang melimpah. (Kementerian Pertanian dalam Saliem, 2011: 3).

2.5.1. Tujuan Kawasan Rumah Pangan Lestari.

Dalam hal ini Kementerian Pertanian mempunyai tujuan dalam pengembangan model KRPL ini adalah:

- a. Memenuhi kebutuhan pangan dan gizi keluarga dan masyarakat melalui optimalisasi pemanfaatan pekarangan secara lestari.
- b. Meningkatkan kemampuan keluarga dan masyarakat dalam pemanfaatan lahan pekarangan di perkotaan maupun pedesaan untuk budidaya tanaman pangan, buah, sayuran, dan tanaman obat keluarga (toga), pemeliharaan ternak dan ikan, pengolahan hasil limbah rumah tangga menjadi kompos.

- c. Mengembangkan sumber benih/bibit untuk menjaga keberlanjutan pemanfaatan pekarangan dan melakukan pelestarian tanaman pangan lokal untuk masa depan.
- d. Mengembangkan kegiatan ekonomi produktif keluarga sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga dan menciptakan lingkungan hijau yang bersih dan sehat secara mandiri.

2.5.2. Konsep Kawasan Rumah Pangan Lestari

Kawasan Rumah Pangan Lestari yang mempunyai tujuan utama yaitu menjadikan masyarakat mandiri dan terpenuhinya akan kebutuhan sehari-hari yang memanfaatkan lahan pekarangan dan sumber daya alam yang ada ataupun mencoba untuk membudidayakan tanaman ataupun ternak yang sulit dikembangkan di daerahnya. Melalui model Kawasan Rumah Pangan ini diharapkan masyarakat dapat berpartisipasi dan mempunyai antusias yang tinggi sehingga konsep Kawasan Rumah Pangan Lestari yang ditujukan dan digerakan kepada masyarakat pedesaan mulai dari tingkat dusun hingga ibu-ibu PKK sampai dengan Dasa Wisma yang didampingi oleh instansi pemerintah ataupun swasta yang berperan sebagai motivator, fasilitator dan stabilitator. BKP dalam Zahro (2012: 17).

Mengelola sumber daya alam lokal secara intensif dengan memanfaatkan pekarangan diharapkan akan menjamin tingkat kelompok kebutuhan pangan masyarakat yang berkualitas, bernilai ekonomi tinggi dan menciptakan keanekaragaman tanaman ataupun ternak di daerahnya dan memberikan kontribusi pendapatan rumah tangga ataupun pedesaan.

2.5.3. Perencanaan dan Pelaksanaan Kawasan Rumah Pangan Lestari

Untuk mewujudkan Kawasan Rumah Pangan Lestari agar berhasil sesuai yang diharapkan, diperlukan sebuah tahapan perencanaan dan pelaksanaan. Seperti yang telah dituangkan oleh Kementerian Pertanian dalam Saliem (2011: 45) perihal Pedoman Umum Model Kawasan Rumah Pangan Lestari antara lain :

a. Persiapan

Yang pertama adalah mengumpulkan informasi awal tentang potensi sumberdaya dan kelompok sasaran kemudian mengagendakan pertemuan kepada dinas-dinas terkait guna mencari titik kesepakatan untuk menentukan calon kelompok sasaran dan lokasi KRPL selanjutnya berkoordinasi dengan Dinas Pertanian dan dinas terkait lainnya ditingkat Kabupaten/Kota untuk memilih pendamping hingga penyuluh yang menguasai bahan teori hingga prakteknya dalam pemberdayaan masyarakat sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

b. Pembentukan Kelompok

Kelompok sasaran adalah kelompok rumahtangga atau hanya rumahtangga yang dalam lingkup satu Rukun Tetangga (RT), Rukun Warga (RW). Dalam pendekatannya menggunakan partisipatif yang melibatkan kelompok sasaran, tokoh masyarakat hingga perangkat desa. Pada tahap ini, kelompok mulai dibentuk dari, oleh dan untuk kepentingan para anggota kelompok itu sendiri. Hal tersebut akan menumbuhkan kekuatan partisipasi dan antusias yang tinggi dengan prinsip keserasian, kebersamaan dan kepemimpinan

c. Sosialisasi

Tahap ini menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan untuk membuat kesepakatan awal untuk

merencanakan kelanjutan kegiatan KRPL. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan oleh tim penyelenggara, penyuluh, hingga kelompok sasaran.

d. Penguatan Kelembagaan Kelompok.

Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kelompok sehingga kelompok mampu mengambil keputusan bersama melalui musyawarah; mampu menaati keputusan yang telah ditetapkan bersama; mampu memperoleh dan memanfaatkan informasi yang telah disampaikan; mampu untuk bekerjasama dalam kelompok (sifat kegotong-royongan); dan mampu untuk bekerjasama dengan aparat maupun dengan kelompok-kelompok masyarakat lainnya.

e. Perencanaan Kegiatan

Merancang pemanfaatan lahan pekarangan dengan menanam berbagai kelompok kebutuhan pangan seperti sayuran, obat keluarga, ikan, ternak, diversifikasi pangan berbasis sumberdaya lokal, pelestarian tanaman pangan untuk masa depan, kebun bibit desa, hingga pengolahan limbah rumah tangga dilakukan bersama-sama dengan kelompok dan instansi terkait. Selanjutnya bisa melakukan penyusunan program rencana kerja kedepan.

f. Pelatihan

Pelatihan dilakukan sebelum pelaksanaan dilapangan. Berbagai teknik yang diajarkan saat latihan seperti: teknik budidaya tanaman pangan, buah dan sayur, tanaman obat keluarga; teknik budidaya ikan dan ternak, pembenihan dan pembibitan hingga pengolahan hasil dan pemasaran serta teknologi pengolahan limbah rumah tangga. Hal ini dilakukan untuk membekali warga tentang teknologi yang akan diterapkan selama kegiatan KRPL

didalam pelatihan para anggota diberikan materi oleh penyuluh sebelum dipraktekkannya.

g. Pelaksanaan

Awal pelaksanaan KRPL, anggota-anggotanya terlebih dahulu dikenalkan dengan teknologi oleh peneliti yang didampingi penyuluh dan petani andalan. Sehingga secara bertahap dalam melaksanakan KRPL menuju pada pencapaian kemandirian rumah tangga, diversifikasi pangan berbasis sumberdaya lokal, konservasi pangan untuk masa depan, pengelolaan Kebun Bibit Desa (KBD), dan peningkatan kesejahteraan.

h. Pembiayaan.

Dalam hal pembiayaan berasal dari pemerintah pusat, daerah, perguruan tinggi, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), pihak swasta ataupun dana lain yang tidak mengikat.

i. Monitoring dan Evaluasi.

Pada tahap ini pelaksanaan dan monitoring dilakukan guna mengetahui perkembangan pelaksanaan dan penilaian kesesuaian yang telah dilaksanakan dengan perencanaan. Evaluator dapat dibentuk oleh kelompok, evaluator juga dapat berperan sebagai motivator bagi pelaksana, penyuluh hingga anggota kelompok yang berkaitan dengan pengelolaan sumberdaya yang tersedia dilingkungannya agar berlangsung lestari.

Tabel 2.1
Peran masing-masing pelaku dalam pelaksanaan Model KRPL

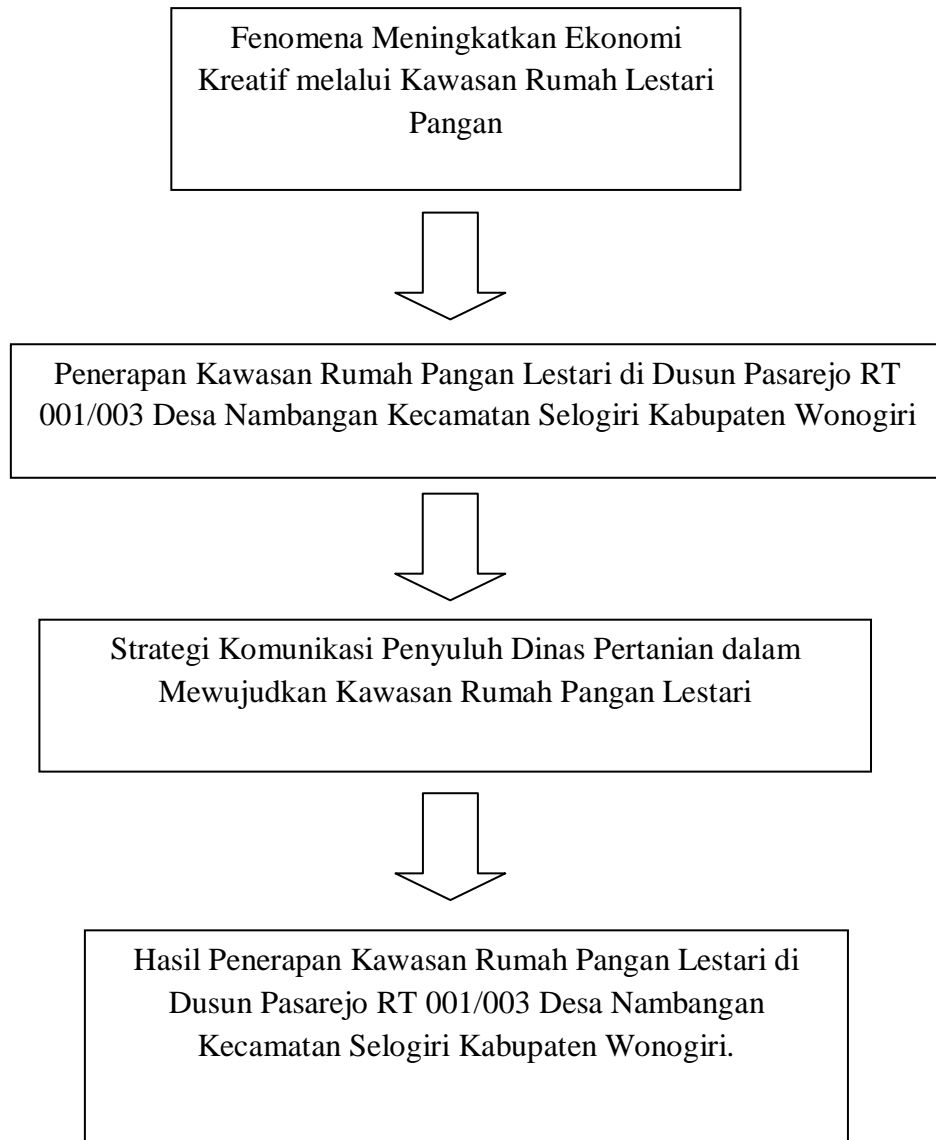
NO.	Pelaksana	Tugas/Peran dalam Kegiatan
1.	Masyarakat -Kelompok sasaran -Pamong Desa (RT, RW, Kadus)	- Pelaku Utama. - Pendamping.

	dan Tokoh Masyarakat	- Monitoring dan Evaluasi.
2.	Pemerintah Daerah (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura, Dinas Perikanan, Kantor Kecamatan, Kantor Kelurahan, dan Lembaga terkait lainnya	- Pembinaan dan Pendampingan kegiatan oleh petugas lapangan . - Penanggungjawab keberlanjutan kegiatan. - Replikasi kegiatan ke lokasi lainnya.
3.	- Pokja 3, PKK. - Kantor ketahanan Pangan	Koordinator lapangan
4.	Ditjen Komoditas/ Badan lingkup Kementerian Pertanian	- Pengembangan model sesuai tupoksi instansi
5.	Badan litbang Pertanian	- Membangun model KRPL - Narasumber dan pengawalan inovasi teknologi dan kelembagaan
6.	Perguruan tinggi/Swasta/LSM	Dukungan dan Pengawalan
7.	Pengembangan Perumahan	Fasilitas pemanfaatan lahan kosong di kawasan perumahan

Sumber: Makalah, KRPL sebagai Sebagai Solusi Pemantapan Ketahanan Pangan.

(Saliem 2011:6)

2.6. Kerangka Pikir



Gambar 2.5. Kerangka Pikir

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat menuntut untuk pemenuhan kebutuhan pangan dan perluasan daerah permukiman masyarakat. Apabila melihat kekayaan alam yang dihasilkan di Indonesia menunjukkan bahwa wilayah ini mempunyai banyak sumberdaya lokal yang memungkinkan untuk dibudidayakan di setiap daerah. Namun, kurangnya pengetahuan akan budidaya buah, sayur dan mengembangbiakan hewan ternak yang hanya memanfaatkan lahan pekarangan dan dapat menambah penghasilan bagi keluarga mereka. Oleh karena itu kurangnya pengetahuan akan hal tersebut menjadi kendala di masyarakat.

Langkah yang dilakukan oleh pemerintah adalah melakukan KRPL dengan pemantapan kemandirian pangan melalui lahan pekarangan. Dengan memanfaatkan pekarangan rumah bisa memiliki berbagai macam fungsi karena dapat menghasilkan produk dari pertanian ataupun perternakan sehingga diharapkan hasil dari pemanfaatan pekarangan dapat meningkatkan gizi dan mutu yang seimbang. Oleh karena itu, pemanfaatan lahan pekarangan diwujudkan melalui KRPL dari Kementerian Pertanian menjadi salah satu alternatif untuk mengembangkan aneka ragam sumber pangan lokal yang akan meningkatkan keberanekaragaman sumber pangan lokal, kemandirian pangan desa yang nantinya juga akan meningkatkan ekonomi mereka.

Mewujudkan KRPL di Dusun Pasarejo RT 001/003 yang diselenggarakan oleh UPT SKB merupakan dusun yang mencoba mengoptimalkan pekarangan yang tersedia, bersama penyuluh dari Dinas Pertanian dan ibu-ibu rumah tangga yang merupakan mantan KUM yang kesehariannya hanya sebagai ibu rumah tangga dan pekerja serabutan yang hasilnya belum tentu untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya. Oleh karena itu, UPT SKB mengajak untuk meningkatkan ekonomi mereka melalui ekonomi kreatif dengan strategi komunikasi yang baik sehingga nantinya diharapkan akan mencapai sasaran yang telah ditentukan sebelumnya.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan pendekatan teori perencanaan komunikasi milik Philip Lesly dimana dalam teori perencanaan

komunikasi tersebut menjabarkan tentang penerapan yang dilakukan oleh UPT SKB sebagai penyelenggara dan strategi komunikasi *learning by doing* oleh penyuluh Kawasan Rumah Pangan Lestari. Sehingga dari penjabaran tentang penerapan tersebut, dapat diketahui hasil penerapan KRPL dan strategi komunikasi oleh penyuluh Dinas Pertanian di Dusun Pasarejo RT 001/003 Desa Nambangan Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri.