

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Penyuluhan Pertanian

1. Pengertian penyuluhan Pertanian

Menurut Samsudin S (2004: 12), penyuluhan merupakan aktivitas pendidikan yang mengandung proses belajar mengajar. Agar proses belajar mengajar berlangsung efektif dan efisien, diperlukan suasana belajar mengajar yang tepat. Metode penyuluhan tidak lain adalah suasana belajar mengajar yang diciptakan sumber belajar (dengan partisipasi peserta belajar) untuk merangsang dan mengarahkan aktivitas belajar.

Menurut Azwar (2001: 11), penyuluhan adalah kegiatan pendidikan yang dilakukan dengan cara menyebarkan pesan, menanamkan keyakinan, sehingga masyarakat tidak saja sadar, tahu dan mengerti, tetapi juga mau dan bisa melakukan suatu anjuran yang ada hubungannya dengan berbagai hal yang disampaikan dalam aktivitas penyuluhan.

Menurut Notoatmojo (2003: 63), penyuluhan adalah sejumlah pengalaman yang berpengaruh secara menguntungkan terhadap kebiasaan, sikap dan pengetahuan yang ada hubungannya dengan kepentingan masyarakat luas. Penyuluhan merupakan gabungan berbagai kegiatan dan kesempatan yang berlandaskan prinsip-prinsip belajar untuk mencapai suatu keadaan, di mana

individu, keluarga, kelompok atau masyarakat secara keseluruhan ingin hidup sehat, tahu bagaimana caranya dan melakukan apa yang dilakukan, sehingga perseorangan maupun secara kelompok dan meminta pertolongan bila perlu.

Penyuluhan pertanian dapat diartikan sebagai proses perubahan perilaku baik yang berupa pengetahuan (*cognitive*), sikap (*affective*) maupun keterampilan (*psychomotoric*) pada diri seseorang setelah menerima inovasi yang disampaikan penyuluh pada masyarakat targetnya. Penerimaan disini mengandung arti tidak sekedar “tahu”, tetapi sampai dapat melaksanakan atau menerapkan dengan benar dan menghayatinya dalam usaha taninya.

2. Penyuluhan Pertanian Sebagai Proses Penyebar Luasan Informasi

Menurut Totok Mardikanto (2001:12), penyuluhan pertanian sebagai proses penyebar luasan informasi dalam hal ini memiliki arti sebagai proses penyebar luasan informasi yang berkaitan dengan upaya perbaikan cara bertani dan berusaha tani demi tercapai peningkatan produktivitas, pendapatan petani, dan perbaikan kesejahteraan keluarga/masyarakat yang diupayakan melalui kegiatan pembangunan pertanian.

Penyebaran informasi yang dimaksud sebenarnya mencakup penyebaran beragam informasi. Ditinjau dari isi materinya, informasi mencakup:

- a. Ilmu dan teknologi yang bermanfaat bagi upaya peningkatan jumlah dan perbaikan mutu produksi; baik selama proses menghasilkan, pengolahan hasil, penyimpanan dan pengepakan hingga produk diterima konsumen.

- b. Analisis ekonomi yang berkaitan dengan upaya memperoleh pendapatan dan atau keuntungan dari kegiatan berusaha tani
- c. Ragam kelembagaan yang diperlukan untuk menunjang upaya peningkatan produksi dari pendapatan atau keuntungan usaha tani.
- d. Upaya-upaya yang harus dilakukan untuk melakukan "rekayasa sosial" demi tercapainya tujuan peningkatan produksi dan pendapatan atau keuntungan yang diinginkan.
- e. Peraturan dan kebijakan yang harus diterapkan dan dilaksanakan oleh semua pihak yang terkait dengan upaya peningkatan produksi dan pendapatan atau keuntungan usaha tani.

Di lain pihak, menurut sumber dan alur informasinya, Lionberger dan Gwin (1983) membagi informasi dalam:

- a. Informasi tentang hasil-basil temuan yang dihasilkan oleh para peneliti (melalui para penyuluh) kepada masyarakat penggunanya.
- b. Umpan-balik (baik berupa laporan keberhasilan maupun masalah yang dijumpai/dihadapi) dari penerapan hasil penelitian, yang disampaikan masyarakat pengguna (melalui penyuluh) kepada peneliti.

Selain itu, penyebaran informasi dalam penyuluhan pertanian juga mencakup; penyebaran informasi yang berlangsung antar penentu kebijakan, antar peneliti, antar penyuluh, antar petani, maupun antar pihak-pihak yang berkedudukan setingkat dalam proses pembangunan pertanian. Yang dimaksud proses penyebaran informasi di dalam penyuluhan pertanian, sebenarnya tidaklah sekadar penyampaian informasi,

tetapi terkandung maksud yang lebih jauh, yakni untuk: dipahami, dikaji, dianalisis, dan diterapkan/dilaksanakan oleh semua pihak yang terkait dalam pembangunan pertanian, sampa terwujudnya tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh pembangunan pertanian itu sendiri (yang berupa peningkatan produk, penambahan pendapatan atau keuntungan usaha tani, dan perbaikan kesejahteraan keluarga atau masyarakat).

3. Penyuluhan Pertanian sebagai Proses Penerangan

Istilah penyuluhan berasal dari kata dasar "suluh" yang berarti pemberi terang di tengah kegelapan (Totok Mardikanto, 2001: 39). Dengan demikian, penyuluhan pertanian diartikan sebagai proses untuk memberikan penerangan kepada masyarakat (petani) tentang segala sesuatu yang belum diketahui, untuk dilaksanakan/diterapkan dalam rangka peningkatan produksi dan pendapatan/keuntungan yang ingin dicapai melalui pembangunan pertanian. Namun perlu diingat bahwa, penerangan yang dilakukan tidaklah sekadar "memberikan penerangan", tetapi penerangan yang dilakukan selama penyuluhan pertanian harus terus menerus dilakukan sampai betul-betul diyakini (oleh juru penerang/ penyuluh) bahwa segala sesuatu yang diterangkan tadi benar-benar telah dipahami, dihayati, dan dilaksanakan oleh masyarakat sasarannya.

Hal ini harus benar-benar dipahami oleh semua pihak, terutama penyuluh, bahwa penyuluhan pertanian berbeda dengan sekadar "memberitahu" atau "menerangkan". Artinya, sebelum segala sesuatu yang disuluhkan tadi benar-benar dipahami, dihayati, dan dilaksanakan/diterapkan oleh

masyarakat sasarnya, penyuluh yang bersangkutan harus terus-menerus memberikan penerangannya. Penyuluh tidak boleh jemu untuk melakukan tugasnya, yaitu melaksanakan penyuluhan tentang hal yang sama.

4. Penyuluhan Pertanian Sebagai Proses Pendidikan

Penyuluhan pertanian sebenarnya merupakan proses perubahan perilaku melalui pendidikan, yakni suatu perubahan perilaku yang didasarkan oleh:

- a. Pengetahuan/pemahaman tentang segala sesuatu yang dinilainya lebih baik atau bermanfaat (bagi dirinya sendiri, keluarga, dan masyarakat).
- b. Dengan kemauan sendiri tanpa paksaan dari pihak manapun juga (keluarga, kerabat, tetangga, sahabat, ataupun penguasa).
- c. Kemampuan untuk melakukan sesuatu dan menyediakan sumberdaya (input) yang diperlukan untuk terjadinya suatu perubahan.

Oleh karena itu, penyuluhan pertanian sering diartikan sebagai suatu sistem pendidikan bagi masyarakat (petani) untuk membuat mereka tahu, mau, dan mampu berswadaya melaksanakan upaya peningkatan produksi, pendapatan/keuntungan, dan perbaikan kesejahteraan keluarga masyarakatnya. Memang diakui, bahwa proses perubahan melalui pendidikan sering berlangsung sangat lambat, melelahkan, dan memerlukan kesabaran, biaya, dan waktu yang lebih besar. Hal ini, berbeda dengan perubahan yang diakibatkan oleh pemaksaan yang biasanya perubahan itu berlangsung cepat, namun cepat pula kembali pada perilaku semula jika kemampuan pemaksa menurun. Perubahan yang dibentuk dari proses penyuluhan akan bersifat kekal seumur hidup (Herman Soewardi, 2002).

5. Penyuluhan Sebagai Agen Perubahan

Penyuluh pertanian merupakan agen perubahan (*agent of change*) karena aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh penyuluh tersebut dapat merubah pandangan, sikap dan perilaku para petani yang menjadi sasaran penyuluhan. Setelah mengikuti penyuluhan, petani yang semula tidak mengetahui suatu hal yang berkaitan dengan pertanian modern akan menjadi tahu. Petani yang semula hanya berorientasi pada sistem dan peralatan pertanian tradisional akan bergeser pada sistem dan peralatan pertanian modern. Hal inilah yang menjadi dasar bahwa penyuluh pertanian merupakan agen perubahan (Totok Mardikanto, 2001: 42).

Menurut MC. Ninik Sri Rejeki dan F. Anita (1999: 21-22), sebagai agen perubahan penyuluh memiliki beberapa peran. Ada dua peran yang berkaitan dengan adopsi inovasi, *pertama* peran menghubungkan sistem sumber perubahan dengan sistem sasaran perubahan. Dalam menghubungkan kedua sistem tersebut, penyuluhan menyediakan saluran tempat "diluncurkan" inovasi kepada sasaran. *Kedua*, sebagai akseleran proses adopsi. Dalam mempengaruhi pengambilan keputusan adopsi inovasi tersirat pula upaya untuk mempercepat proses pengambilan keputusan. Terdapat tiga jenis keputusan adopsi inovasi, yaitu keputusan opsional yang diambil secara individual, keputusan kolektif dan keputusan kekuasaan.

Menurut MC. Ninik Sri Rejeki dan F. Anita (1999: 22), dalam kaitannya dengan hubungan antara penyuluh dengan adopter, maka penyuluh sangat berperan dalam pengambilan keputusan yang diambil secara individual.

Penyuluh berperan sebagai akseleran pengambilan keputusan opsional yang diambil secara individual. Disadari bahwa keputusan seperti ini dilandasi oleh pertimbangan-pertimbangan rasional individu pengambil keputusan secara mandiri, maka penyuluh dapat menawarkan alternatif-alternatif keputusan sebagai masukan pengambilan keputusan.

Selanjutnya MC. Ninik Sri Rejeki dan F. Anita (1999: 22), menjelaskan bahwa penawaran tersebut dapat dilakukan secara persuasif, sehingga dapat menggiring keputusan ke arah tujuan diadakan perubahan. Menurut Widjaja (2000: 21), komunikasi persuasif adalah salah satu jenis komunikasi, di mana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan menggunakan pendekatan yang bersifat mengajak atau membujuk untuk melakukan apa yang dikehendaki komunikator. Dengan demikian maka diharapkan akan tercipta pengertian, kesamaan makna, dukungan, gagasan dan tindakan yang positif dari pihak-pihak yang berkomunikasi.

Selanjutnya menurut MC. Ninik Sri Rejeki dan F. Anita (1999: 27) adapun langkah-langkah persuasi yang harus ditempuh oleh penyuluh adalah:

- a. Presentasi, yaitu dengan menjelaskan sifat-sifat inovasi secara proporsional, yang meliputi:
 - (1) Keuntungan relatif, merupakan derajat di mana inovasi dirasakan akan menjadi lebih baik daripada ide yang telah ada dan yang akan digantikan.

- (2) Kompatibilitas, merupakan derajat di mana inovasi dirasakan konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan sasaran
 - (3) Kompleksitas, merupakan derajat di mana inovasi dirasakan sebagai sesuatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan
 - (4) Triabilitas, merupakan derajat di mana inovasi mungkin dicoba dengan menggunakan dasar keterbatasan
 - (5) Observabilitas, merupakan derajat di mana hasil-hasil inovasi dapat diamati oleh para adopter
 - (6) Input komplementer, merupakan tuntutan terhadap fasilitas pendukung inovasi
- b. Atensi, yaitu menunjukkan perhatian yang besar dari penyuluh terhadap inovasi secara komprehensif.
 - c. Komprehensi yaitu adopter memahami inovasi secara komprehensif
 - d. Penghasilan, yaitu seseorang memperoleh hasil dari sesuatu yang dialaminya
 - e. Retensi, yaitu membantu adopter mengendapkan pengetahuan yang telah dijelaskan

B. Tinjauan Tentang Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Menurut Mulyana (2001: 41-42), secara etimologis, kata komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communis* yang berarti ‘sama’; *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti

‘membuat sama’ (*to make common*). Istilah *Communis*-berasal dari bahasa latin- adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, merujuk pada suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama.

Kata lain yang juga dekat dengan komunikasi menurut Ralph Ross dalam Mulyana, 2001: 42), adalah komunitas (*community*), yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, saling berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Dalam komunitas berbagi atau berbagai bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama dan bahasa, yang setiap bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunitas tersebut.

Selanjutnya menurut Mulyana (2001: 98), komunikasi adalah salah satu kegiatan manusia yang telah dipahami semua orang, tetapi tidak semua dapat memahami maknanya. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai saling bicara satu sama lain; penyebaran informasi; bersenda gurau; penggunaan fasilitas internet; gaya berpakaian; gaya rambut yang dipilih; dan daftar definisi tersebut masih dapat diteruskan tanpa ada batasnya. Karena segala aspek kehidupan manusia dapat merupakan bentuk komunikasi. Setiap perilaku manusia mempunyai potensi komunikasi, dan untuk ditafsirkan. Dengan kata lain manusia adalah makhluk yang tidak dapat tidak berkomunikasi (*we cannot not communicate*).

Menurut S.M. Siahaan (2002:4), komunikasi adalah seni penyampaian informasi (pesan) dari komunikator untuk merubah serta membentuk perilaku komunikan (pola, sikap, pandangan dan pemahamannya) ke pola pemahaman yang dikehendaki oleh komunikator. Jadi proses penyampaian informasi itu berdaya guna (berefek) terhadap komunikan atau komunikator

Pengertian lain dikemukakan Usnadibrata (2001: 71-72), bahwa komunikasi adalah pengoperan lambang dan bertujuan partisipasi ataupun motivasi, mempengaruhi komunikan ke arah pemikiran yang diinginkan oleh komunikator. Jadi, dalam hal ini komunikasi diartikan sebagai suatu proses yang berlangsung dalam dua arah yang timbal balik, untuk mempengaruhi dan bereaksi. Dalam hal ini komunikasi adalah proses cerdas, artinya selalu giat dan berubah, komunikasi dapat dibagi dua yaitu kegiatan informatif, agar orang lain mengerti atau tahu dan kegiatan persuasif, agar orang lain bersedia menerima paham dan yakin untuk melakukan perbuatan/kegiatan.

2. Komponen-Komponen Komunikasi

Menurut Effendy (2002:16-19), komponen-komponen komunikasi meliputi:

- a. Komunikator (*source*), orang yang membawa/menyampaikan pesan.
- b. Pesan (*message*), berita/informasi yang disampaikan oleh komunikator dalam melalui lambang-lambang, pembicaraan, gerakan dsb.
- c. Saluran (*channel*), sarana penyampaian pesan dalam kegiatan komunikasi.

Saluran tersebut meliputi:

- 1) Pendengaran (lambang berupa suara)
- 2) Pengelihatan (lambang berupa sinar, pantulan sinar atau gambar)
- 3) Penciuman (lambang berupa bau-bauan)

- 4) Rabaan (lambang-lambang yang berupa rangsangan rabaan)
- d. Komunikan (*communicant*), objek sasaran dari kegiatan komunikasi atau orang yang menerima berita atau lambang.
- e. Umpan balik (*feedback*), arus umpan balik dalam rangka proses berlangsungnya komunikasi. Umpan balik dapat dijadikan tolok ukur untuk mengetahui sejauh mana pencapaian pesan yang telah disampaikan.

3. Hal-hal yang berkaitan dengan proses komunikasi

Menurut Joseph Devito (1997) dalam Onong Uchjana Effendy, hal-hal yang berkaitan dengan proses komunikasi:

- a. Komunikasi paling sedikit melibatkan dua orang. Pada hakikatnya setiap manusia suka berkomunikasi antar satu dengan yang lainnya, karena itu tiap-tiap orang harus berusaha agar mereka lebih dekat antara satu dengan yang lainnya.

Faktor kedekatan atau *proximity* bisa menyatakan dua orang yang memiliki kedekatan atau hubungan yang erat, kedekatan antarpribadi itulah yang menyebabkan seseorang bisa menyatakan pendapat-pendapatnya dengan bebas dan terbuka. Kebebasan dan keterbukaan akan mempengaruhi berbagai variasi pesan baik verbal atau nonverbal.

- b. Pesan. Dalam komunikasi antar pribadi ada pesan (*message*) yang akan disampaikan dari komunikator pada komunikan, yang dalam proses selanjutnya terjadi pertukaran pesan. Komunikasi ini juga digunakan simbol-simbol untuk menyampaikan dan memperoleh persamaan makna.
- c. Saluran. Ada dua saluran/medium untuk komunikasi:

- (1) Saluran suara (audio) dalam wujud pendengaran.
 - (2) Saluran cahaya untuk pengelihatan (visual) dapat dirasa, dipegang dan diraba.
- d. Gangguan. Gangguan dapat mengacaukan makna dalam penyampaian pesan dalam komunikasi. Ada tiga macam gangguan:
- (1) Eksternal. Faktor fisik biasanya mempengaruhi komunikasi, misalnya deru kendaraan, cahaya yang silau dan suara musik yang keras.
 - (2) Internal. Faktor internal pada diri komunikator dan komunikan, misalnya, kurang pendengaran atau tidak bisa bicara dengan benar (gagap), gila dsb.
 - (3) Semantik. Faktor bahasa pada diri peserta komunikasi yang mengalami kesulitan dalam memaknai pesan komunikasi yang dikirimkan, misalnya perbedaan budaya.
- e. Umpan Balik. Umpan balik adalah pemberian tanggapan terhadap pesan yang dikirimkan dengan suatu makna tertentu. Umpan balik berarti bahwa pesan yang diterima, didengar atau diketahui maknanya. Umpan balik disampaikan secara verbal atau nonverbal, dan berfungsinya adalah untuk memahami pesan yang dikirimkan apakah diterima, ditolak atau dikoreksi.
- f. Konteks. Konteks adalah keadaan atau suasana yang bersifat fisik-historis, dan psikologis tempat terjadinya komunikasi artinya komunikasi tidak terjadi dalam ruang hampa sosial. Dalam hal ini, konteks memiliki empat dimensi:
- (1) Fisik ; tempat atau lingkungan fisik dimana komunikasi dilakukan
 - (2) Sosial ; status dan peran para peserta komunikasi

(3) Psikologis ; dorongan, kebutuhan, motivasi, sikap dan sebagainya yang mempengaruhi komunikasi

(4) Temporal ; kapan komunikasi dilakukan

Berdasarkan komponen-komponen maka komunikasi sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan antara komunikator dengan komunikan akan menghasilkan berbagai efek dan umpan balik sebagai bagian dari proses komunikasi yang dipengaruhi oleh komponen lain di dalamnya.

4. Komunikasi Yang Efektif

Komunikasi dapat dikatakan efektif jika dapat mempengaruhi, merubah sikap dan perilaku. Efek komunikasi yang timbul pada komunikan biasanya adalah:

- a. Efek kognitif, adalah yang berkaitan dengan pikiran, nalar atau rasio, misalnya komunikan yang semula tidak tahu, tidak mengerti menjadi mengerti atau tidak sadar menjadi sadar.
- b. Efek Afektif, adalah efek yang berkaitan dengan perasaan, misalnya komunikan yang merasa tidak senang menjadi senang, sedih menjadi gembira.
- c. Efek konatif, adalah efek yang berkaitan dengan timbulnya keyakinan dalam diri komunikan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh komunikator berdasarkan pesan atau *message* yang ditransmisikan, sikap dan perilaku pascaproses komunikasi juga tercermin dalam efek konatif (Onong Uchjana Effendy, 2002:22-23).

Ketiga jenis efek tersebut adalah hasil-hasil proses psikologis yang berkaitan satu sama lain secara terpadu, dan tak mungkin dipilah-pilah, misalnya

seorang komunikator mengharapkan komunikan berperilaku sesuai dengan keinginan dengan harapannya. Harapan itu tidak akan muncul jika komunikator sendiri tidak memberikan informasi atau menciptakan suasana perasaan senang bagi komunikan untuk berperilaku sesuai dengan harapannya. Sebaliknya bila komunikan sudah mengerti dan merasa senang atau puas, maka ia akan berperilaku sesuai yang diharapkan komunikator.

5. Hal-Hal yang Berkaitan dengan Efektivitas Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003:60-64), hal-hal yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi adalah:

a. Komunikator harus memahami diri dan berempati

Memahami diri maksudnya adalah memahami nilai pribadi yang baik, yang seharusnya ada dan dimiliki komunikator. Nilai pribadi merupakan perpaduan antara kemampuan, kejujuran dan iktikad baik. Ketiga hal ini tercermin dalam perasaan, akhlak dan watak seseorang. Dengan kemampuan, kejujuran dan iktikad baik, seorang komunikator akan memperoleh kepercayaan.

Kepercayaan yang besar akan mempengaruhi perubahan sikap, sedangkan kepercayaan yang kecil akan mengurangi daya perubahan yang menyenangkan. Dengan empati seorang komunikator, komunikan akan merasa tertarik karena komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengan mereka dalam hubungannya dengan opini secara memuaskan. Komunikator juga dapat dianggap memiliki persamaan dengan komunikan, maka komunikan bersedia menerima pesan tersebut.

b. Komunikator harus memahami pesan yang disampaikan pada komunikan
Pesan yang disampaikan tidak hanya harus dimengerti oleh komunikan tetapi oleh komunikator sendiri harus benar-benar memahami pesannya tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa komunikator ketika mengucapkan sesuatu harus menggunakan pemikiran secara seksama dan memeperhitungan makna pesan bagi komunikan yang dihadapinya. Sehubungan dengan pesan, Wilbur Schram (dalam Onong Uchjana Effendy, 2003:63) menyebutkan bahwa pesan harus:

- (1) Dirancang dan disampaikan sedemikian rupa agar menarik komunikan.
- (2) Menggunakan lambang-lambang yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama mengerti.
- (3) Membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- (4) Menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang ia kehendaki oleh komunikator.

c. Komunikator harus memahami komunikan yang dituju

Dalam hal ini komunikator harus benar-benar memahami kondisi dan keadaan komunikan secara menyeluruh. Dengan pengertian yang demikian maka faktor psikologis dan kedekatan akan memberikan peluang lebih besar bagi masuknya muatan-muatan pesan yang ingin disampaikan

sehingga efek yang ingin dicapai akan lebih terlihat secara jelas. Pemahaman ini menjadi penentu keberhasilan tujuan komunikasi yang dilakukan.

C. Tinjauan Tentang Sikap

1. Pengertian Sikap

Menurut A. W. Masri (1999:176), sikap (*attitude*) adalah respon yang diarahkan pada penilaian dan penanggapan terhadap sesuatu objek tertentu. Objek yang dimaksud dapat berbentuk person atau situasi. Bagaimana respon yang dapat diberikan pada person atau situasi itu, itulah gambaran dari sikap (*attitude*) pada objek tersebut. Menurut W.A.Gerungan (2001: 151), sikap adalah tanggapan terhadap objek tertentu. yang merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap mana yang disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap objek tadi itu.

Menurut Abu Ahmadi (2002:53), ciri-ciri sikap adalah sebagai berikut:

- a. Sikap seseorang tidak dibawa sejak lahir, tapi harus dipelajari selama perkembangan hidupnya karena itulah sikap selalu berubah-ubah dan dapat dipelajari. Atau sebaliknya, bahwa setiap sikap itu dapat dipelajari apabila ada syarat-syarat tertentu yang mempermudah berubahnya sikap pada orang itu berbeda dengan insting atau naluri manusia yang dibawanya sejak lahir yang bersifat tetap dan mempunyai motif-motif biogenesis seperti rasa lapar, haus, seksual dan lain sebagainya.

- b. Sikap tidak semata-mata berdiri sendiri melainkan selalu berhubungan dengan suatu objek. Pada umumnya sikap tidak berkenaan dengan sederetan objek-objek serupa. Misal si A seorang pemberani. Dalam hal ini mungkin bukan si A saja yang pemberani tetapi orang-orang yang sebangsa A juga pemberani.
- c. Sikap umumnya mempunyai segi-segi motivasi dan emosi, sedangkan pada kecakapan dan pengetahuan hal itu tidak ada.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap

Menurut W.A. Gerungan (2001:155), faktor yang mempengaruhi sikap adalah:

- a. Faktor Internal, adalah faktor yang tumbuh dari dalam diri individu. Faktor ini memegang peranan dalam perubahan sikap, di mana di dalam diri seseorang terdapat daya pilih (*selectivity*) antara minatnya untuk menerima dan mengolah pengaruh-pengaruh dari luar. Rangsangan yang datang tidak diterimanya begitu saja, akan tetapi seseorang akan memilih perangsang yang mempunyai nilai bagi dirinya. Berarti ia mengerti secara pasti apa yang harus diperbuat sehubungan dengan rangsangan tersebut, apakah akan menerima atau menolak. Dengan adanya keputusan-keputusan itu menandakan bahwa dalam diri subjek telah ada pengertian tentang objek.
- b. Faktor Eksternal, sikap seseorang mengalami perubahan disebabkan oleh pengaruh yang berasal dari luar individu. Faktor yang datang dari luar berasal dari lingkungan baik keluarga, masyarakat, individu, kelompok sosial atau hasil budaya manusia juga televisi. Rangsangan dari luar individu akan menyokong perubahan sikap. Karena itu tidak mengherankan bila lingkungan dapat berpengaruh pada perubahan sikap.

Dalam hal ini, asosiasi yang benar, pengetahuan dan pengalaman baru dapat mempengaruhi dan mengubah sikap.

3. Aspek-Aspek Sikap

Menurut Abu Ahmadi (2002:52-53), sikap memiliki tiga macam aspek:

- a. Aspek kognitif, yaitu yang berhubungan dengan gejala mengenai pikiran. Ini berarti perwujudan pengolahan, pengalaman dan keyakinan serta harapan-harapan individu tentang objek tertentu.

Aspek kognitif dalam sikap petani menunjukkan bahwa petani memiliki pengetahuan mengenai berbagai hal yang disampaikan oleh penyuluh dalam kegiatan penyuluhan pertanian, seperti pengetahuan mengenai adopsi inovasi atau tata cara mengembangkan usaha pertanian secara moden.

- b. Aspek afektif, bewujud proses yang menyangkut perasaan, seperti; simpati, antipati, ketakutan dan kedengkian yang ditujukan pada objek-objek tertentu.

Aspek afektif dalam sikap petani menunjukkan bahwa petani memiliki suatu perasaan tertentu terhadap berbagai hal yang disampaikan oleh penyuluh dalam kegiatan penyuluhan pertanian, seperti rasa senang dalam mengikuti kegiatan penyuluhan dan rasa tertarik terhadap materi yang disampaikan penyuluh pertanian.

- c. Aspek konatif, berwujud berwujud proses tendensi atau kecenderungan untuk berbuat suatu objek, misalnya kecenderungan memberi pertolongan, menjauhkan diri dan sebagainya.

Aspek konatif dalam sikap petani menunjukkan bahwa petani memiliki kecenderungan atau keyakinan untuk melakukan suatu hal tertentu sebagaimana disampaikan dalam kegiatan penyuluhan pertanian, seperti keyakinan untuk melakukan adopsi inovasi atau kecenderungan untuk mengembangkan usaha pertanian secara moden.

D. Landasan Teori

1. Adopsi Inovasi Teknologi Pertanian

Menurut Mardikanto (1993), adopsi dalam proses penyuluhan pertanian pada hakekatnya dapat diartikan sebagai proses perubahan perilaku baik yang berupa pengetahuan (*cognitive*), sikap (*affective*) maupun keterampilan (*psychomotoric*) pada diri seseorang setelah menerima “inovasi” yang disampaikan penyuluh kepada masyarakat sarannya. Penerimaan disini mengandung arti tidak sekedar “tahu”, tetapi sampai benar-benar dapat melaksanakan atau menerapkannya dengan benar serta menghayatinya dalam kehidupan atau usahataniannya.

Mosher, AT (1999: 17) menyatakan bahwa adopsi suatu inovasi adalah suatu proses dimana seorang petani memperhatikan, mempertimbangkan, dan akhirnya menolak atau mempraktekan suatu inovasi. Seorang yang telah menerapkan cara-cara baru dilapangan berarti orang tersebut telah mengadopsi

cara baru tersebut, selanjutnya inovasi adalah suatu ide, penerapan/praktek dari suatu hal yang baru.dalam kegiatan penyuluhan pertanian, inovasi pertanian merupakan perubahan praktek cara-cara berusahatani dari cara yang lama ke cara yang baru.

Proses adopsi adalah suatu proses kejiwaan yang terjadi dalam diri seseorang dari sesuatu yang baru dari mulai ia sadar akan adanya sesuatu yang baru itu sampai pada kegiatan mempraktikkan atau menjadi sebuah kebiasaan. Seseorang yang mempraktikkan atau menjadikan sesuatu cara baru disebut mengadopsi cara itu. Sebelum seseorang mengadopsi cara-cara baru itu ia akan mengalami beberapa tahap proses adopsi yang berbeda pada tiap masyarakat. Pengertian adopsi di bidang pertanian adalah penerimaan ide baru di bidang pertanian oleh petani tentang hal-hal yang baru yang disampaikan kepada petani yang berbentuk ilmu dan teknologi pertanian (Samsuddin, U. 2004: 74).

Menurut Roger dan Shoemaker dalam MC. Ninik Sri Rejeki dan F. Anita (1999: 25), proses keputusan inovasi merupakan proses mental di mana individu melangkah dari pengetahuan awal mengenai inovasi menuju suatu keputusan untuk mengadopsi atau menolak dan untuk mengkonfirmasi atas keputusan yang diambilnya. Adapun tahapan proses adopsi inovasi adalah:

- 1) Tahapan kesadaran, yaitu individu mulai menyadari bahwa ada suatu ide baru, namun kurang mengetahui segala sesuatu mengenai ide baru tersebut
- 2) Tahapan minat, yaitu individu mengembangkan minat terhadap inovasi dan berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai inovasi tersebut

- 3) Tahapan penilaian, yaitu individu menilai inovasi secara mental
- 4) Tahapan percobaan, yaitu individu mencoba inovasi dalam skala kecil
- 5) Tahapan adopsi, yaitu individu menggunakan inovasi secara terus menerus dan dalam skala besar.

2. Model S-O-R Penyuluhan Pertanian

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003: 252), Model Stimulus-Organisme-Respon (S-O-R *Theory*) pada dasarnya merupakan prinsip belajar yang sederhana, di mana respon merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu. Seseorang dapat memperkirakan kaitan erat antara pesan dan reaksi komunikasi. Komponen teori ini meliputi; pesan (*stimulus*) - penerima (*organism*) - efek (*response*). Menurut teori S-O-R, pesan dipersiapkan dan didistribusikan oleh komunikator kepada komunikan dengan harapan akan memberikan respon atau pengaruh yang diharapkan dari komunikan

Penerapan Teori Stimulus-Organisme-Respon dengan penelitian mengenai hubungan penyuluhan pertanian dengan sikap petani terhadap penerapan teknologi pertanian adalah proses penyuluhan pertanian berfungsi sebagai stimulus yang memberikan pesan mengenai penerapan teknologi pertanian kepada para petani, selanjutnya pesan tersebut akan diterima para petani dan menimbulkan respon berupa sikap petani terhadap penerapan teknologi pertanian. Secara ringkas dapat dinyatakan bahwa Stimulus (S) adalah penyuluhan pertanian, Organisme (O) adalah para petani dan Respon (R) adalah adanya sikap petani terhadap penerapan teknologi pertanian.

E. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui besarnya nilai hubungan penyuluhan pertanian dengan sikap petani terhadap penerapan teknologi pertanian di Desa Poncowarno Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah. Teori yang melandasi penelitian ini adalah Teori Stimulus-Organisme-Respon (*S-O-R Theory*). Prinsip Stimulus-Respon pada dasarnya merupakan prinsip belajar yang sederhana, di mana respon merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu. Seseorang dapat memperkirakan kaitan erat antara pesan dan reaksi komunikan. Komponen teori ini meliputi; pesan (*stimulus*) - penerima (*organism*) - efek (*response*). Menurut teori S-O-R, pesan dipersiapkan dan didistribusikan oleh komunikator kepada komunikan dengan harapan akan memberikan respon atau pengaruh yang diharapkan dari komunikan (Effendy, 2003: 52).

Penerapan Teori Stimulus-Organisme-Respon dengan penelitian mengenai pengaruh penyuluhan pertanian terhadap sikap petani dalam penerapan teknologi pertanian di Desa Poncowarno Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah adalah komunikasi penyuluh pertanian berfungsi sebagai stimulus yang memberikan pesan mengenai teknologi pertanian kepada para petani, selanjutnya pesan tersebut akan diterima para petani dan menimbulkan respon berupa sikap petani terhadap penerapan teknologi pertanian. Secara ringkas dapat dinyatakan bahwa Stimulus (S) adalah penyuluh pertanian, Organisme (O) adalah para petani dan Respon (R) adalah sikap petani terhadap penerapan teknologi pertanian

