

Strategi Komunikasi Pertanian di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Pelatihan Hidroponik Tingkat Dasar di CV. Goodplant Indonesia)

Inessa Adella Novian Dhini^{1*}, Joko Winarno¹, Widiyanto Widiyanto¹

¹*Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia*

inessaadella@student.uns.ac.id*

Copyright©2023 by authors. Authors agree that this article remains permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License

Abstrak

Pandemi Covid-19 membatasi pertemuan fisik dan mengharuskan adanya jarak sosial. Hal ini menyebabkan CV. Goodplant Indonesia melaksanakan pelatihan hidroponik secara daring sebagai alternatif bagi peserta agar tetap dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam bidang hidroponik tanpa harus bertatap muka secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi, unsur pendukung dan penghambat, serta efektivitas pelatihan hidroponik daring pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling*. Validitas data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh CV. Goodplant Indonesia dalam pelatihan hidroponik pada masa pandemi Covid-19 adalah dengan menerapkan beberapa tahapan, yakni mengenal khalayak melalui formulir pendaftaran pelatihan hidroponik untuk mengetahui latar belakang dan kebutuhan peserta pelatihan, menyusun pesan berdasarkan kebutuhan dari peserta, menggunakan metode edukatif dan persuasif, serta memanfaatkan media baru yakni berupa Zoom Meeting, WhatsApp, dan *website*. Unsur pendukung dari pelatihan hidroponik daring CV. Goodplant Indonesia adalah kesesuaian pesan dengan kebutuhan peserta, kompetensi mentor pelatihan, media pengantar, serta keterbukaan peserta. Unsur penghambat terdiri dari hambatan teknis berupa gangguan sinyal dan *error* pada aplikasi, hambatan semantik berupa istilah ilmiah dalam hidroponik yang belum familiar, serta hambatan perilaku berupa interaksi yang terbatas dan kehadiran distraksi karena melakukan aktivitas lain saat pelatihan berlangsung. Pelatihan hidroponik daring oleh CV. Goodplant Indonesia pada masa pandemi Covid-19 berjalan dengan efektif. Hal tersebut ditinjau dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Namun demikian, pelatihan luring atau tatap muka tetap menjadi preferensi utama bagi peserta.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Pandemi Covid-19, Media Baru, Pelatihan Daring, Hidroponik

Abstract

The Covid-19 pandemic has limited physical encounters and necessitated social distancing. This causes CV. Goodplant Indonesia conducts online hydroponic training as an alternative for participants to continue to gain knowledge and skills in hydroponics without having to meet face-to-face. This research aims to analyze communication strategies, supporting and inhibiting elements, and the effectiveness of online hydroponic training during the Covid-19 pandemic. This research uses a qualitative method with a case study approach. Determination of informants was done by purposive sampling. Data validity uses triangulation of sources and techniques. The results stated that the communication strategy carried out by CV. Goodplant Indonesia in hydroponic training during the Covid-19 pandemic is by implementing several stages, namely getting to know the audience through the hydroponic training registration form to find out the background and needs of the trainees, compiling messages based on the needs of the participants, using educational and persuasive methods, and utilizing new media in the form of Zoom Meeting, WhatsApp, and website. The supporting elements of the online hydroponic training CV. Goodplant Indonesia are the suitability of the message to the needs of the participants, the competence of the training mentor, the delivery media, and the openness of the participants. The inhibiting elements consist of technical barriers in the form of signal interference and errors in the application, semantic barriers in the form of unfamiliar scientific terms in hydroponics, and behavioral barriers in the form of limited interaction and the presence of distractions due to other activities during the training. Online hydroponic training by CV. Goodplant Indonesia during the Covid-19 pandemic was effective. This is in terms of cognitive, affective, and conative aspects. However, offline or face-to-face training remains the main preference for participants.

Keywords: Communication Strategy, Covid-19 Pandemic, New Media, Online Training, Hydroponics

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan di seluruh dunia. Selain ancaman terhadap kesehatan masyarakat, pandemi Covid-19 turut memberikan dampak terhadap ekonomi global, sistem pendidikan, serta pola interaksi sosial. Dampak penyebaran virus yang semakin tidak terkendali mendorong pemerintah untuk mengambil langkah-langkah tegas dalam rangka menanggulangi pandemi Covid-19. Pemerintah Indonesia menerbitkan Peraturan Menteri Kesehatan No. 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB). Kebijakan ini merupakan strategi yang diterapkan oleh pemerintah dengan melakukan pembatasan kegiatan masyarakat diantaranya peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, serta pembatasan kegiatan di tempat umum. Pemerintah kemudian menerbitkan kebijakan baru pada tanggal 3 Juli 2021, yaitu Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang tertuang dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 15 tahun 2021. Pelaksanaan PPKM terdiri dari beberapa poin, yakni penerapan sistem *work from home* (WFH), pembelajaran daring, pembatasan jam operasional pusat

perbelanjaan, pemberlakuan sistem *delivery* atau *take away*, pembatasan kapasitas transportasi umum, serta pembatasan terhadap kegiatan masyarakat yang menimbulkan kerumunan.

Penerapan kebijakan PSBB dan PPKM mendorong masyarakat untuk mengurangi mobilitas dan tetap tinggal di rumah. Keadaan ini mendorong masyarakat untuk mencari kegiatan yang bermanfaat serta produktif di dalam lingkungan rumah. Salah satu kegiatan yang semakin diminati oleh masyarakat pada masa pandemi Covid-19 adalah budi daya hidroponik. Menurut Taufik dan Nurdian (2020), budi daya hidroponik pada saat pandemi Covid-19 dapat menambah kegiatan positif yang dilakukan masyarakat agar lebih produktif serta hasil yang diperoleh dapat dikonsumsi sendiri ataupun dijual sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Melalui sumber informasi atau pelatihan hidroponik yang terdapat pada media daring memudahkan masyarakat untuk melaksanakan praktik hidroponik secara mandiri.

CV. Goodplant Indonesia bergerak di bidang hidroponik dengan menyediakan berbagai kebutuhan hidroponik diantaranya benih, nutrisi, media tanam, instalasi, pembuatan *green house*, serta pelatihan hidroponik. Pelatihan hidroponik telah dilaksanakan sejak tahun 2008 secara luring atau tatap muka di lokasi CV. Goodplant Indonesia serta berbagai daerah di Indonesia diantaranya adalah Medan, Lampung, Balikpapan, Samarinda, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Bali, Papua, Makassar, dan Toraja. Pelatihan hidroponik di CV. Goodplant Indonesia terdiri dari tiga tingkatan, yakni pelatihan hidroponik dasar, pelatihan selada, dan pelatihan melon.

Hidroponik merupakan salah satu teknik budidaya tanaman yang telah berkembang pesat di Indonesia, termasuk sebelum pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 yang merebak diiringi pemberlakuan berbagai pembatasan, seperti PSBB dan PPKM, meningkatkan minat masyarakat terhadap budi daya hidroponik. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya mobilitas masyarakat, meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan, dan potensi bisnis hidroponik. CV. Goodplant Indonesia melakukan penyesuaian strategi terhadap pelatihan hidroponik dengan mengubah pendekatan pelatihan dari tatap muka menjadi daring. Pemilihan strategi pelatihan daring adalah bentuk respons adaptif CV. Goodplant Indonesia terhadap situasi pandemi Covid-19 yang menuntut pembatasan fisik dan interaksi tatap muka. Fikri (2018) menyatakan bahwa perkembangan teknologi modern telah memperpendek adanya jarak geografis antar masyarakat serta menembus ruang dan waktu. Selain itu, teknologi komunikasi kian menjadi semakin murah dan memudahkan masyarakat yang menggunakannya. Hal tersebut menjadi salah satu pendorong akrobnya masyarakat dalam menggunakan teknologi komunikasi dalam seluruh aktivitas komunikasi.

Pandemi Covid-19 telah mengubah hubungan interaksi masyarakat dunia untuk adaptif menggunakan teknologi digital. Komunikasi dalam pertanian tidak hanya berupa sebuah proses pengiriman pesan oleh komunikator atau mentor kepada komunikan. Lebih dari itu, dibutuhkan suatu keterampilan dalam memaknai pesan, baik oleh komunikator ataupun komunikan sehingga pertukaran informasi dikatakan baik. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, perlu diadakan penelitian tentang strategi komunikasi pertanian, unsur pendukung dan penghambat, serta efektivitas komunikasi pelatihan hidroponik di CV. Goodplant Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive sampling*. Penelitian berlokasi di CV. Goodplant Indonesia terletak di Jalan Nanas V, Banjeng, Purwomartani, Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan CV. Goodplant Indonesia sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan lokasi tersebut telah melaksanakan pelatihan hidroponik secara kontinu sejak tahun 2008 dengan alumni peserta yang berhasil melakukan praktik budi daya hidroponik secara mandiri. Informan dalam penelitian ini berjumlah 12 orang yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yang terdiri dari 1 mentor, 3 staf, serta 8 peserta pelatihan hidroponik CV. Goodplant Indonesia. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan informan penelitian yakni mengenai strategi komunikasi yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan hidroponik pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini didukung oleh data sekunder yang diperoleh melalui dokumentasi dan arsip dari CV. Goodplant Indonesia. Adapun analisis data penelitian menggunakan metode Miles dan Huberman melalui uji validitas data triangulasi sumber dan teknik.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan Pelatihan Hidroponik pada Masa Pandemi Covid-19 oleh CV. Goodplant Indonesia

CV. Goodplant Indonesia telah mengembangkan strategi komunikasi menggunakan media baru sebagai respons terhadap tantangan pandemi Covid-19. CV. Goodplant Indonesia menerapkan beberapa tahapan dalam strategi komunikasi pelatihan terkait pelaksanaan hidroponik pada masa pandemi Covid-19. Tahapan tersebut terdiri dari mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, serta seleksi dan penggunaan media.

3.1.1 Mengetahui Khalayak

Kesuksesan suatu strategi komunikasi tidak lepas dari langkah awal strategi, yakni mengenal khalayak. Dalam konteks pelatihan, khalayak yang dimaksud adalah peserta pelatihan. Peserta pelatihan memiliki latar belakang yang berbeda-beda sehingga penting untuk memahami kebutuhan dan karakteristik mereka. CV. Goodplant Indonesia melaksanakan proses pengenalan peserta pelatihan secara komprehensif mengacu pada informasi yang diperoleh dari formulir data diri peserta. Pendaftaran pelatihan hidroponik dilakukan melalui *website* www.goodplant.co.id dengan mengisi data diri peserta kemudian membayar biaya pelatihan. Data diri yang harus diisi berisi informasi mengenai nama, domisili, nomor telepon, pekerjaan, usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pengalaman peserta dalam budi daya hidroponik.

Berdasarkan hasil analisis penelitian dalam pelatihan hidroponik oleh CV. Goodplant Indonesia pada masa pandemi Covid-19, yang menjadi peserta umumnya adalah laki-laki yang telah berkeluarga dengan rentang usia 20 tahun ke atas. Hidroponik menjadi pilihan bagi laki-laki berkeluarga untuk menyalurkan minat dan hobinya dalam bidang pertanian di kala mobilitas yang terbatas pada masa pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan hidroponik dapat memenuhi kebutuhan pangan keluarga serta memiliki potensi bisnis. Dari latar belakang

pekerjaan, mayoritas peserta merupakan wiraswasta. Hal ini karena pekerjaan tersebut fleksibel untuk melakukan praktik hidroponik. McQuail (2011) yang menyatakan bahwa mengenal khalayak adalah prinsip dasar agar komunikasi dapat berjalan lancar dan pesan dapat diterima oleh target sasaran.

3.1.2 Menyusun Pesan

Penyusunan pesan memegang peranan penting karena pesan-pesan ini bertujuan untuk memberikan informasi dan pengetahuan yang relevan kepada peserta pelatihan. Susanti (2015) menyatakan bahwa penyusunan atau penyajian pesan dilakukan setelah analisis khalayak agar komunikasi dapat berjalan efektif. Pesan yang disusun terkait dengan teknik-teknik budi daya hidroponik, jenis tanaman yang cocok untuk hidroponik, perawatan tanaman, dan aspek-aspek lain yang relevan dengan tingkatan pelatihan hidroponik di CV. Goodplant Indonesia. Adapun materi yang dibahas dalam pelatihan tingkat dasar adalah pedoman dasar, pengenalan hidroponik, pengenalan instalasi, pengenalan media tanam, sayur hidroponik, praktik pembibitan, dan pindah tanam.

CV. Goodplant Indonesia menggunakan dua bentuk penyajian pesan. Materi teori hidroponik disampaikan dan dijelaskan melalui *slide* presentasi yang diisi dengan kata-kata dan gambar-gambar yang berkaitan dengan hidroponik. Sedangkan untuk praktik hidroponik disampaikan melalui video yang telah direkam sebelumnya. Kombinasi antara visualisasi dalam *slide* presentasi dan contoh nyata dalam bentuk video praktik membantu peserta memahami dan mengaplikasikan konsep hidroponik dengan Melalui alternatif visual yang beragam, peserta pelatihan memiliki kesempatan lebih besar untuk memahami dan mengingat informasi yang disampaikan. Dengan demikian, peserta dapat lebih siap dalam mengaplikasikan teknik hidroponik dengan efektif setelah mengikuti pelatihan ini.

Pesan yang disusun disesuaikan dengan khalayak dari pelatihan hidroponik yang berasal berbagai daerah di Indonesia dengan beragam latar belakang. Pesan disampaikan dengan jelas, terstruktur, dan relevan dengan konteks pelatihan. Istilah-istilah ilmiah atau teknis yang mungkin sulit dipahami oleh peserta awam dijelaskan secara sederhana dan rinci sehingga dapat diterima peserta dengan berbagai latar belakang pengetahuan. Hal ini turut membantu peserta merasa terlibat secara aktif dalam proses pelatihan.

3.1.3 Menetapkan Metode

Metode yang digunakan dalam penyampaian pesan merupakan metode edukatif yang bersumber dari wawasan dan pengalaman mentor pelatihan dalam berhidroponik. Metode edukatif menurut (Fajar, 2009) merupakan upaya untuk memberikan pengaruh terhadap khalayak melalui pernyataan umum yang diucapkan, berbentuk fakta, pengalaman, ataupun pendapat yang mampu dipertanggungjawabkan dengan harapan mampu mengubah tindakan khalayak sesuai yang diinginkan. Pesan-pesan yang disampaikan melalui metode ini didasarkan pada fakta ilmiah dan informasi teknis yang relevan. Metode ini membantu peserta untuk memahami prinsip-prinsip dasar hidroponik dan mengembangkan pengetahuan teknis yang diperlukan untuk berkebun hidroponik. Proses komunikasi dalam pelatihan hidroponik disampaikan dengan memberikan penjelasan yang jelas, contoh yang relevan, dan petunjuk praktis yang dapat diaplikasikan langsung oleh peserta dalam pelaksanaan hidroponik. Selain itu, gaya bahasa yang digunakan oleh mentor pelatihan sederhana dan tidak terlalu teknis

sehingga memudahkan pemahaman peserta yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda.

Penyampaian pesan juga dilakukan secara persuasif sehingga peserta pelatihan memiliki keyakinan terhadap pesan atau materi yang telah disampaikan. Arifin (1994) menyatakan bahwa metode persuasif bertujuan untuk mengubah perasaan dan pikiran khalayak sehingga dapat terpengaruh untuk bertindak ataupun berperilaku sesuai dengan yang diharapkan. Pelatihan hidroponik diawali mengenai keberhasilan alumni peserta pelatihan CV. Goodplant Indonesia dalam melakukan praktik hidroponik untuk skala rumahan maupun investasi jangka panjang. Pesan yang berdasarkan pengalaman tersebut memotivasi dan memberi keyakinan terhadap peserta pelatihan. Selain itu, CV. Goodplant Indonesia juga senantiasa mengingatkan peserta pelatihan untuk memulai praktik hidroponik melalui grup WhatsApp.

3.1.4 Seleksi dan Penggunaan Media

Pemilihan saluran dalam strategi komunikasi pelatihan hidroponik selama masa pandemi Covid-19 bertujuan untuk memastikan pesan terdistribusi dengan efektif dan efisien. Saluran komunikasi dipilih oleh mentor pelatihan menyesuaikan dengan kebutuhan peserta dan kemampuan teknis yang tersedia. Saluran komunikasi yang digunakan merupakan media yang telah umum digunakan sehingga peserta pelatihan dapat mengakses informasi yang berkaitan dengan pelatihan hidroponik dengan mudah.

Saluran yang digunakan dalam pelatihan memiliki peranan yang berbeda dalam proses transfer materi pelatihan. Dalam pelatihan hidroponik daring CV. Goodplant Indonesia, aplikasi Zoom Meeting dimanfaatkan untuk menyampaikan materi pelatihan dalam bentuk ceramah, WhatsApp untuk sesi diskusi, dan *website* untuk mengunggah materi serta rekaman dari pelatihan hidroponik daring. Penggunaan saluran bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pelatihan, memfasilitasi interaksi, dan mempermudah akses peserta terhadap materi pelatihan.

3.2 Media Komunikasi yang Digunakan oleh CV. Goodplant Indonesia dalam Pelatihan Hidroponik pada Masa Pandemi Covid-19

3.2.1 Zoom Meeting

Zoom Meeting dipilih oleh CV. Goodplant Indonesia sebagai media daring untuk pelatihan hidroponik daring karena platform ini memungkinkan partisipasi banyak peserta dan fleksibel dari segi durasi. Menurut Sandiwarno (2016), Zoom Meeting dapat mengoptimalkan interaksi langsung antar partisipan serta menampilkan materi di tampilan layar sehingga partisipan dapat mencermati materi yang diberikan. Pelatihan hidroponik di Zoom Meeting memanfaatkan fitur *share screen* atau berbagi layar membantu mentor pelatihan untuk mempresentasikan materi pelatihan hidroponik. Fitur lain dari Zoom Meeting yang dimanfaatkan oleh CV. Goodplant Indonesia adalah fitur *screen recording*. Fitur ini digunakan untuk merekam sesi pelatihan. Pelatihan hidroponik daring menggunakan Zoom Meeting, peserta memiliki kesempatan untuk mengajukan pertanyaan melalui kolom *chat* yang disediakan. Aplikasi Zoom Meeting menjadi salah satu media yang digunakan dalam pelatihan daring karena dinilai telah umum digunakan dan lebih mudah dipahami dibandingkan dengan media lainnya.

Zoom Meeting merupakan salah satu platform konferensi video yang optimal untuk pelatihan hidroponik daring. Namun, Zoom Meeting turut memiliki beberapa kelemahan dalam proses komunikasi, yakni diperlukan koneksi internet yang stabil antara mentor dan peserta, spesifikasi perangkat yang memadai untuk menghindari *lag* atau *buffering*, serta dapat menimbulkan kelelahan mata karena peserta harus menatap layar selama pelatihan berlangsung.

3.2.2 WhatsApp

Grup WhatsApp sebagai media berdiskusi untuk alumni peserta dan mentor pelatihan hidroponik. Peserta diberikan akses ke grup WhatsApp yang aktif, di mana mereka dapat berbagi kendala atau pertanyaan terkait hidroponik. Melalui grup WhatsApp yang aktif, peserta memiliki saluran komunikasi yang terbuka untuk mengatasi kendala atau memperoleh konsultasi tambahan sepanjang pelatihan. Grup ini memberikan lingkungan yang kolaboratif di mana peserta dapat saling berbagi pengalaman, memberikan dukungan, dan memperoleh informasi tambahan yang relevan dengan pelatihan hidroponik. Alumni peserta pelatihan dapat membagikan testimoni dari pelatihan hidroponik di grup WhatsApp sehingga dapat menjadi motivasi untuk peserta lain. Setiap tingkatan pelatihan hidroponik di CV. Goodplant Indonesia memiliki grup tersendiri untuk mengklasifikasikan minat peserta hidroponik. Pelatihan dasar memiliki tujuh grup WhatsApp dengan jumlah anggota grup kurang lebih 200 orang. Pelatihan selada memiliki dua grup WhatsApp dengan jumlah anggota grup kurang lebih 200 orang. Sedangkan pelatihan melon memiliki satu grup dengan jumlah anggota kurang lebih 90 orang.

Kelemahan WhatsApp adalah dalam hal umpan balik yang tidak langsung dimana menjadi tantangan tersendiri dalam proses komunikasi pelatihan hidroponik daring. Tidak seperti interaksi tatap muka atau konferensi video langsung, WhatsApp mengandalkan pertukaran pesan yang tidak terjadi secara *real-time*. Peserta harus menunggu mentor untuk membaca dan membalas pesan, yang dapat menyebabkan penundaan dalam mendapatkan jawaban atas permasalahan yang dialami oleh peserta pelatihan.

3.2.3 Website

Perkembangan teknologi mendorong CV. Goodplant Indonesia untuk memasarkan produknya secara daring melalui *website*. Adapun alamat *website* dari CV. Goodplant Indonesia adalah <http://www.goodplant.co.id>, yang menampilkan berbagai produk dan jasa pelatihan hidroponik. *Website* juga dimanfaatkan untuk mengunggah materi dan rekaman pelatihan hidroponik. Melalui *website*, materi pelatihan lebih mudah untuk diperbarui secara berkala dan setiap alumni bisa mengaksesnya kapan saja. *Website* berperan sebagai platform untuk menyediakan informasi dan materi pelatihan kepada peserta. Melalui *website*, peserta pelatihan dapat mengakses materi pelatihan secara fleksibel dan mandiri. Peserta pelatihan dapat mengunduh materi, menonton video tutorial, membaca materi pelatihan, dan mengikuti langkah-langkah praktik hidroponik dengan mudah. Keberadaan *website* sebagai saluran komunikasi dalam pelatihan hidroponik daring memberikan manfaat tambahan dalam hal aksesibilitas. Peserta pelatihan dapat mengakses materi dan informasi kapan pun dan di mana pun, asalkan mereka memiliki akses internet.

Website dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi secara statis, seperti materi pelatihan atau video tutorial. Namun, *website* kurang sesuai digunakan untuk memfasilitasi

interaksi yang kompleks antara peserta dan instruktur, seperti sesi tanya jawab atau diskusi. *Website* menjadi platform yang kurang personal dibandingkan dengan platform lain, seperti Zoom Meeting atau WhatsApp. Kelemahan platform *website* dapat diatasi dengan mengkombinasikan *website* dengan platform lain yang mendukung interaksi langsung. Dengan demikian, penyelenggara pelatihan dapat memanfaatkan kelebihan dari masing-masing platform untuk menciptakan proses komunikasi yang efektif dan interaktif.

3.3 Unsur Pendukung dan Unsur Penghambat Pelatihan Hidroponik Daring oleh CV. Goodplant Indonesia

3.3.1 Unsur Pendukung

Kesesuaian pesan dengan kebutuhan peserta pelatihan menjadi salah satu unsur pendukung untuk mencapai komunikasi yang efektif dalam pelatihan hidroponik daring. Komunikasi akan berlangsung pasif dan tidak berkembang apabila pesan atau materi yang disampaikan tidak sesuai dengan kebutuhan peserta. Peserta pelatihan daring menerima pesan dengan baik, karena pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan untuk berhidroponik.

Mentor pelatihan memiliki pengetahuan mendalam dan keahlian yang relevan dalam bidang pelatihan hidroponik. Kompetensi ini memungkinkan mentor untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan akurat kepada peserta pelatihan sehingga meningkatkan pemahaman dan efektivitas komunikasi. Mentor pelatihan yang turut memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Mentor mampu menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami sehingga peserta dapat mengerti materi pelatihan dengan baik. Mentor dan tim pelatihan memberikan sambutan yang hangat dan menanggapi pertanyaan atau permintaan bantuan dari peserta secara responsif.

Media yang interaktif dan responsif juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas komunikasi. Fitur-fitur interaktif yang tersedia pada platform media, seperti obrolan langsung, kolom komentar, atau ruang diskusi, memungkinkan peserta pelatihan untuk berpartisipasi secara aktif dalam komunikasi. Peserta dapat mengajukan pertanyaan, memberikan umpan balik, berbagi pengalaman, atau bahkan berdiskusi dengan peserta lainnya.

Peserta pelatihan lebih terbuka terhadap ide-ide baru, konsep-konsep yang belum mereka ketahui sebelumnya, serta cara-cara baru dalam melakukan praktik hidroponik. Peserta pelatihan bersedia mendengarkan dengan penuh perhatian, bertanya jika ada hal yang tidak mereka pahami, dan aktif mengikuti proses pelatihan. Hal ini menciptakan lingkungan komunikasi yang saling mendukung antara mentor dan peserta pelatihan. Keterbukaan peserta juga memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman, pendapat, dan ide-ide mereka dengan peserta lainnya.

3.3.2 Unsur Penghambat

Hambatan teknis dapat terjadi karena kendala sarana prasarana yang digunakan dalam proses komunikasi. Hambatan teknis dalam pelatihan hidroponik daring di CV. Goodplant Indonesia berupa gangguan fisik seperti gangguan sinyal dan *error* pada aplikasi yang dapat mengakibatkan suara dan gambar dari materi pelatihan menjadi tidak tersampaikan dengan baik. Hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir hambatan teknis adalah dengan

melakukan uji coba terhadap sarana dan prasarana yang digunakan, menggunakan perangkat dengan spesifikasi yang sesuai, serta memiliki koneksi internet yang stabil.

Peserta pelatihan mengalami hambatan semantik terkait dengan istilah-istilah yang belum familiar dalam konteks hidroponik. Hal ini sejalan dengan pernyataan Wisman (2017) yang menyatakan bahwa hambatan semantic dapat terjadi karena bahas yang digunakan masih asing bagi penerima pesan. Hambatan semantik dapat diatasi karena adanya penjelasan yang diberikan oleh mentor pelatihan secara detail. Penjelasan yang mendalam dan rinci membantu peserta pelatihan untuk memahami istilah-istilah tersebut sehingga dapat mengatasi hambatan semantik tersebut. Selain itu, peserta aktif mencari klarifikasi melalui *personal chat* dengan mentor. Hal ini menunjukkan sikap yang proaktif dalam mengatasi hambatan semantik dan keinginan untuk memahami materi pelatihan secara lebih baik.

Pelatihan daring dirasakan seperti berkomunikasi hanya dengan diri sendiri atau dengan komputer karena interaksinya yang terbatas. Kehadiran fisik orang lain kurang dirasakan oleh peserta sehingga peserta merasa bahwa pelatihan yang mereka jalani dilakukan sendirian. Pelatihan secara luring dianggap lebih menyenangkan karena ada interaksi saat berkomunikasi dengan mentor pelatihan ataupun peserta lainnya. Tidak ada waktu untuk menjalin komunikasi antar pribadi saat pelatihan daring sehingga komunikasi dipandang terlalu formal. Peserta juga dimungkinkan untuk melakukan beberapa aktivitas lain sewaktu pelatihan. Strategi yang dapat dilakukan untuk menghindari hambatan perilaku adalah dengan membangun hubungan interpersonal yang baik dengan peserta. Selain itu, penting untuk dilaksanakan strategi komunikasi yang lebih interaktif, seperti sesi diskusi ataupun tanya jawab.

3.4 Efektivitas Pelatihan Hidroponik CV. Goodplant Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19

Peserta dari pelatihan hidroponik daring memiliki minat yang beragam terkait dengan penerapan materi dari pelatihan, yakni untuk skala rumah tangga dan industri. Budi daya hidroponik untuk skala rumah tangga dilakukan oleh peserta pelatihan hidroponik daring dengan memanfaatkan halaman pekarangan ataupun rooftop. Peserta pelatihan dengan skala rumah tangga menerapkan materi pelatihan hidroponik daring untuk kebutuhan pangan sebagai konsumsi pribadi. Pada masa pandemi Covid-19, hidroponik dapat menciptakan peluang usaha. Berawal dari pandemi Covid-19 yang berimbas kepada perekonomian, peserta memutuskan untuk mengikuti pelatihan hidroponik daring di CV. Goodplant Indonesia. Setelah mengikuti pelatihan, peserta langsung melakukan praktik budi daya di halaman rumah. Setelah berhasil melakukan praktik budi daya hidroponik untuk skala rumah tangga, peserta melakukan pemasaran hasil dari budi daya hidroponik dan mengembangkan hidroponik untuk skala industri. Hasil panen hidroponik dipasok ke pasar, restoran, katering, retail, dan perusahaan *e-commerce* dan melakukan penjualan secara daring.

Efektivitas komunikasi pelatihan hidroponik daring dapat dilihat dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Peningkatan aspek kognitif peserta diukur melalui pengetahuan terkait budi daya hidroponik, yang meliputi konsep-konsep dasar hidroponik, media tanam yang digunakan, serta mampu melakukan perhitungan kebutuhan nutrisi hidroponik. Aspek afektif ditinjau dari peningkatan motivasi peserta pelatihan karena tertarik dengan materi pelatihan

serta pengalaman mentor maupun sesama peserta. Berdasarkan aspek konatif, peserta pelatihan menunjukkan keaktifan dan keterlibatan dalam memprakikkan materi yang dipelajari dalam pelatihan. Peserta pelatihan mampu secara mandiri menjalankan praktik hidroponik hingga panen.

3.4.1 Kognitif

Efek komunikasi dari aspek kognitif dalam kegiatan pelatihan hidroponik adalah peningkatan pengetahuan dan wawasan dari peserta pelatihan hidroponik. Pengetahuan dan wawasan mengenai hidroponik membantu memahami hidroponik, serta membantu menjawab keingintahuan peserta dalam permasalahan hidroponik. Peserta dapat menyerap ilmu pengetahuan mengenai hidroponik yang diberikan dalam pelatihan. Risaldo (2021) menyatakan bahwa apabila efek kognitif telah terbangun dalam suatu proses komunikasi, maka efek afektif dan konatif akan juga berbanding lurus.

3.4.2 Afektif

Efek komunikasi dari aspek afektif dalam kegiatan pelatihan hidroponik pertanian adalah perubahan sikap dan pandangan dari peserta pelatihan hidroponik daring. Dampak pesan pada tahap afektif terjadi apabila pesan yang disampaikan memberikan rangsangan emosional kepada penerima pesan. Dampak ini berkaitan dengan perasaan, penilaian, dan sikap komunikasi (Yasir, 2009). Informasi yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan oleh mentor ditujukan untuk menggerakkan hati peserta dan menimbulkan motivasi dalam melaksanakan praktik hidroponik. Pelatihan hidroponik meningkatkan motivasi peserta untuk melakukan praktik budi daya hidroponik.

3.4.3 Konatif

Kegiatan pelatihan hidroponik menunjukkan hasil yang efektif dibuktikan melalui peserta pelatihan mampu menerapkan informasi yang telah disampaikan oleh mentor pelatihan secara mandiri hingga berhasil panen. Peserta menjadi lebih aktif dan berpartisipasi dalam mengaplikasikan pengetahuan yang mereka peroleh dari pelatihan. Implementasi dari pelatihan hidroponik mampu membantu peserta dalam menghemat pengeluaran karena hasil sayuran hidroponik digunakan untuk konsumsi pribadi. Selain itu, peserta pelatihan juga menambah pemasukkan dengan memasarkan hasil panen dari budi daya hidroponik. Tidak hanya untuk diri sendiri, peserta juga membagikan ilmu yang didapat dari pelatihan kepada orang-orang di sekitarnya. Melalui hal ini, dapat dilihat bahwa pelatihan hidroponik daring efektif untuk dilakukan.

4. Kesimpulan

Pelatihan hidroponik daring menjadi alternatif yang digunakan pada masa pandemi Covid-19 yang memberikan jarak sosial serta membatasi mobilitas. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh CV. Goodplant Indonesia adalah dengan menerapkan beberapa tahapan. mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, serta seleksi dan penggunaan media. Media komunikasi yang digunakan dalam pelatihan hidroponik pada masa pandemi Covid-19 adalah Zoom Meeting, WhatsApp, dan *website*.

Unsur pendukung dari pelatihan hidroponik daring CV. Goodplant Indonesia adalah pesan yang sesuai dengan kebutuhan peserta, kompetensi mentor pelatihan, media pengantar, dan keterbukaan peserta terhadap materi pelatihan hidroponik. Sedangkan untuk unsur penghambat terdiri dari hambatan teknis yang berupa gangguan sinyal dan *error* pada aplikasi, hambatan semantik berupa istilah ilmiah dalam hidroponik yang belum familiar, serta hambatan perilaku berupa interaksi yang terbatas dan kehadiran distraksi karena melakukan aktivitas lain saat pelatihan berlangsung.

Pelatihan hidroponik daring oleh CV. Goodplant Indonesia pada masa pandemi Covid-19 berjalan dengan efektif. Hal tersebut ditinjau dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Dalam aspek kognitif, peserta mampu memperoleh pengetahuan tambahan dan wawasan mengenai budi daya hidroponik. Aspek afektif menunjukkan peningkatan motivasi oleh peserta untuk melakukan praktik hidroponik. Sedangkan aspek konatif menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan materi yang diterima dan melakukan praktik budi daya hidroponik secara mandiri.

Daftar Pustaka

- [Kemenkes] Kementerian Kesehatan RI. 2023. Kelompok Usia Produktif [Internet]. URL: <https://ayosehat.kemkes.go.id/kategori-usia-produktif>. Diakses pada 2 Agustus 2023.
- Arifin, A. 2010. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Fajar, M. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fikri, M. 2018. *Sejarah Media: Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan*. Malang: UB Press.
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba.
- Risaldo, A., Muhammad, A. 2021. Peran Komunikasi Massa dalam Meredam Isu-Isu Kemasyarakatan. *Jurnal Pendidikan dan Kewarganegaraan Undiksha*, 9(3):975-984.
- Sandiwarno, S. 2016. Perancangan Model E-Learning Berbasis Collaborative Video Conference Learning Guna Mendapatkan Hasil Pembelajaran yang Efektif dan Efisien. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 8(2).
- Susanti, H. 2015. Strategi Komunikasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). *Jurnal ASPIKOM*, 2(4): 243–254.
- Taufik, R., Nurdian, Y. 2020. Inisiasi Pengembangan Pertanian Urban untuk Penguatan Ketahanan Pangan pada Era Pandemi di Jatiroto. *Jurnal Qardhul Hasan; Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2):114-120.
- Wisman, Y. 2017. Komunikasi Efektif dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal Nomosleca*, 3(2): 46-54.
- Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.