

STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN PADA PEMBUDIDAYA IKAN EMPOWERMENT IN COMMUNICATION STRATEGY FARMER FISH

AA Kusumadinata^{1a}

¹ Program Studi Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi Kotak Pos 35 Bogor 16720

^a Korespondensi: Ali Alamsyah Kusumadinata, Email: alialamsyahkusumadinata@gmail.com
(Diterima: 06-06-2015; Ditelaah: 08-06-2015; Disetujui: 12-06-2015)

ABSTRACT

Improvements to the quality of life of farmers fish is a manifestation of the empowerment. It is characterized by the ability and independence of fish farmers run their business. The purpose of this paper to formulate communication strategies empowerment fish farmers in the production and marketing of aquaculture. Drafting and design strategy is based on analysis of the conditions that occur in the production and marketing of aquaculture businesses. The data collected was analyzed using SWOT analysis. The design of the proposed communications strategy is participatory communication strategy with institutional strengthening economy and support from the government.

Key words: communication strategy, empowerment, farmers fish.

ABSTRAK

Perbaikan terhadap kualitas kehidupan petani pembudidaya ikan merupakan wujud dari terjadinya pemberdayaan. Hal ini ditandai dengan kemampuan dan kemandirian pembudidaya ikan menjalankan usahanya. Tujuan tulisan ini adalah untuk merumuskan strategi komunikasi pemberdayaan pembudidaya ikan dalam kegiatan produksi dan pemasaran budi daya perikanan. Penyusunan dan perancangan strategi disusun berdasarkan analisis kondisi yang terjadi pada kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya perikanan. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Rancangan strategi komunikasi yang diajukan adalah strategi komunikasi partisipatif dengan penguatan kelembagaan ekonomi dan dukungan dari pemerintah.

Kata kunci: pemberdayaan, pembudidaya ikan, strategi komunikasi.

Kusumadinata AA. 2015. Strategi komunikasi pemberdayaan pada pembudidaya ikan. Jurnal Sosial Humaniora 6(2): 69-80.

PENDAHULUAN

Pada hakikatnya, strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy 2005). Dalam dunia bisnis, strategi dapat didefinisikan sebagai kemampuan manajemen menetapkan arah bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di dalam pasar. Strategi mengandung dua komponen yaitu *future intentions* (tujuan jangka panjang) dan *competitive advantage* (keunggulan

bersaing) (Dirgantoro 2001). Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Secara sederhana, strategi komunikasi dapat dirumuskan dengan mengkaji secara mendalam teori Lasswell yang mencakup *Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?* Untuk berkomunikasi secara tepat sesuai dengan

media yang ada, komunikasi tatap muka dan komunikasi dengan media dapat digunakan. Komunikasi tatap muka berperan dalam mengubah tingkah laku, sedangkan komunikasi bermedia untuk komunikasi informatif (Muhammad 2004).

Strategi komunikasi saat ini telah menjadi perhatian yang cukup serius diberbagai kalangan. Strategi komunikasi pembangunan berdampak positif apabila tujuan program pembangunan dapat tercapai dan perubahan perilaku khalayak sasaran sebagai tujuan akhir dapat diamati dan diukur. Pencapaian tujuan tersebut, menurut Hubies dan Prabowo (1995) harus dicirikan dengan timbulnya kesadaran masyarakat untuk memahami manfaat inovasi, perwujudan tindakan konkret masyarakat dalam bentuk mengadopsi inovasi tersebut, dan timbulnya sumber daya manusia yang berkualitas sebagai akibat adopsi inovasi. Kriteria keberhasilan beragam strategi komunikasi pembangunan perlu dikaitkan dengan kekhasan tiap inovasi pembangunan. Kriteria keberhasilan strategi komunikasi pembangunan dari sudut khalayak sasaran dicirikan oleh hal-hal antara lain: (1) adanya unsur pemahaman, kepedulian, dan kemampuan masyarakat dalam menyeleksi dan menerapkan beragam inovasi, (2) komitmen dan kesepakatan aktif untuk meningkatkan kesuksesan beragam dimensi program pembangunan, dan (3) kehidupan yang lebih baik (Hubies dan Prabowo 1995).

Menurut Melkote (2006), pakar komunikasi, Rogers, memberikan kontribusi yang besar dalam pengembangan komunikasi pembangunan pertanian melalui berbagai penelitian tentang difusi inovasi, partisipasi, pemberdayaan, dan perubahan sosial masyarakat. Pemberdayaan petani dan masyarakat pada lingkungan sosial, ekonomi, dan realitas politik berkaitan dengan pendidikan keahlian untuk mengembangkan komunikasi antarpekerja termasuk dalam pembudidaya ikan.

Menurut Chambers (1995), pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah proses perubahan sosial yang direncanakan, bertujuan untuk meningkatkan harkat dan martabat masyarakat agar dapat melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Pemberdayaan masyarakat

merupakan strategi pembangunan yang menitikberatkan pada kepentingan dan kebutuhan rakyat yang mengarah pada kemandirian masyarakat, partisipasi jaringan kerja, dan keadilan (Hikmat 2004).

Dalam upaya pemberdayaan pembudidaya ikan di Kota Palembang perlu dirancang strategi komunikasi bagi pembudidaya ikan yang tepat dalam kegiatan produksi dan pemasaran agar usaha yang dilakukan dapat berkembang dan berkemampuan. Berdasarkan penjelasan tersebut, diajukanlah sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan pada pembudidaya ikan di Kota Palembang? Untuk menjawab rumusan masalah perlu dilakukan analisis empiris dengan tujuan merancang alternatif strategi komunikasi dalam pemberdayaan pembudidaya ikan di Kota Palembang.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2015 di kawasan sentra budi daya ikan patin (*Pangasius hypophthalmus*) dalam kolam, tepatnya di Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Metode untuk menetapkan strategi dirancang berdasarkan hasil analisis perilaku komunikasi pembudidaya ikan dalam kegiatan produksi dan pemasaran dengan ruang lingkup sekitar pembudidaya ikan, akses dan kontrol informasi, perilaku produksi dan pemasaran, opini dari informan, pendamping, dan pembudidaya ikan.

Untuk memudahkan penelitian, maka rancangan strategi komunikasi pemberdayaan pembudidaya ikan menggunakan analisis *strengths, weaknesses, opportunities, threats* (SWOT). Setelah dilakukan analisis SWOT, penelitian dilanjutkan dengan penyusunan skala prioritas untuk mencapai tujuan. Penelitian ini dianalisis secara deskriptif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara secara perorangan dan kelompok kepada pembudidaya ikan. Selain itu, untuk menganalisis lebih lanjut dari temuan penelitian, dilakukan wawancara mendalam (*depth interview*) dengan tokoh masyarakat, aparat masyarakat, Dinas Perikanan, pendamping, dan pembudidaya ikan. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui telaah dokumen dan pustaka dari berbagai sumber yang terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan pembudidaya ikan dilaksanakan melalui bantuan akses pengembangan modal usaha, penyediaan input produksi, dan pengembangan infrastruktur pendukung lainnya. Kegiatan ini dilaksanakan oleh masyarakat dan dibantu oleh pihak pemerintah kota serta tanggung jawab sosial dari beberapa *Corporate Bank* sebagai suatu cara dalam mengembangkan ekonomi lokal di tingkat wilayah dengan maksud memberikan percepatan berupa stimulan yang dapat menggerakkan pengembangan ekonomi lokal sehingga diharapkan terjadi penguatan modal sosial yang ada di masyarakat.

Modal sosial merupakan suatu sistem yang mengacu kepada hasil dari organisasi sosial dan ekonomi, seperti pandangan umum (*world view*), kepercayaan (*trust*), pertukaran (*reciprocity*), pertukaran ekonomi dan informasi (*informational and economic exchange*), kelompok-kelompok formal dan informal (*formal and informal groups*), dan asosiasi-asosiasi yang melengkapi modal-modal lainnya (fisik, manusiawi, budaya) sehingga memudahkan terjadinya tindakan kolektif, pertumbuhan ekonomi, dan pembangunan (Colleta dan Cullen 2000).

Pemberdayaan pembudidaya ikan dimaknai sebagai suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik yang ditujukan untuk mentransformasi perilaku pembudidaya ikan agar berpengetahuan tinggi, bersikap positif, terampil, dan mandiri dalam menjalankan usahanya sehingga mampu menjadikan usahanya tersebut berkelanjutan.

Berkelanjutan berarti usaha terus berkembang tanpa pengabaian terhadap kelestarian lingkungan hidup dan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga atau masyarakat pembudidaya ikan. Upaya pemberdayaan pembudidaya ikan dapat dikembangkan dengan menciptakan iklim yang kondusif dan kerja sama yang sinergis antar berbagai pihak yang terkait dalam pembangunan akuakultur, yaitu pendamping atau penyuluh, pembudidaya ikan, dan kelembagaan agribisnis yang memfasilitasi usaha akuakultur, seperti lembaga keuangan yang menyediakan modal usaha, lembaga penyedia input produksi, lembaga penyedia informasi, dan lembaga yang memasarkan ikan. Dalam hal ini, peran kelembagaan yang ada bagi pembudidaya ikan sangat penting untuk meningkatkan keberdayaan pembudidaya ikan dengan

memanfaatkan potensi dan fungsi berbagai pihak tersebut (Fatchiya 2010).

Analisis Keadaan Usaha Pembudidaya Ikan

Situasi yang ada di Kota Palembang, tingkat sosial ekonomi masyarakat pembudidaya sudah mengalami pengembangan ke arah yang lebih baik, yang diindikasikan dari tingginya tingkat pendapatan dan kepemilikan aset dalam usaha budi daya perikanan. Mayoritas pembudidaya ikan dalam memenuhi kebutuhan input produksinya sudah memadai hal ini dilihat dari aktivitas produksi, tersedianya benih, pakan, pupuk dan obat-obatan dalam kegiatan pembesaran ikan patin segar. Akan tetapi, keberadaan ini belum merata pada setiap pembudidaya ikan. Input produksi dikuasai oleh para pembudidaya ikan yang memiliki modal besar, pendapatan yang tinggi, dan berkedudukan terpendang dalam masyarakatnya. Dalam analisis interaksi, secara empiris diketahui beberapa pembudidaya ikan yang paling sedikit menjalin interaksi komunikasi dalam lingkungannya adalah mereka yang berpendapatan rendah dan sulit melakukan hubungan dengan lingkungannya.

Interaksi komunikasi yang terbentuk dalam kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya perikanan bersifat memusat karena adanya peran dominan beberapa individu dalam lingkungannya. Peran dominan ini menyebabkan ketergantungan dan sulitnya anggota kelompok untuk berkembang mendapatkan informasi terhadap banyak individu dalam menjalankan usahanya.

Dukungan beberapa lembaga pemerintahan dan swasta dalam pengembangan agribisnis terhadap usaha pembudidaya ikan baru sebatas menjalankan program atau proyek. Dengan demikian, kegiatan pemberdayaan yang dilakukan belum sesuai dengan harapan dan tujuan pemberdayaan. Pemberdayaan pembudidaya ikan belum intensif dilakukan, hal ini terlihat dari persepsi pembudidaya ikan terhadap kinerja pendamping pemerintah masih rendah, penguasaan penyediaan input produksi dominasi terhadap beberapa orang saja, akses pemasaran yang masih tergantung pada pedagang pengumpul, dan ketergantungan terhadap informasi kepada pengurus kelompok dan individu yang berpengaruh dalam lingkungannya.

Rendahnya kemampuan dan posisi tawar dalam kegiatan pemasaran hasil produksi usaha budi daya perikanan sehingga permasalahan pemasaran masih dijumpai, di antaranya adalah ketergantungan dengan harga pasar, tingginya harga pakan pabrik sehingga menyebabkan rendahnya keuntungan usaha, serta masih rendahnya kemampuan merencanakan dan mengevaluasi usaha. Secara umum, untuk mengetahui kondisi kekinian pembudidaya ikan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- (1) berhentinya perguliran akses bantuan modal pengembangan usaha yang diperoleh dari beberapa bantuan permodalan, baik dari tanggung jawab sosial dan pemerintah karena beberapa pembudidaya ikan tidak dapat memenuhi kewajiban pelunasan pembiayaan;
- (2) ketersediaan input produksi budi daya perikanan sudah memadai, namun untuk meningkatkan skala usaha perlu peningkatan pembiayaan dan luas kolam yang memadai. Akan tetapi, sampai saat ini, hal tersebut masih belum merata di antara pembudidaya ikan;
- (3) masih rendahnya kinerja pendamping yang ditugaskan oleh pemerintah;
- (4) masih terdapat individu pembudidaya ikan yang berpendapatan rendah, berpengalaman rendah, dan paling sedikit berinteraksi dengan sesama pembudidaya ikan dalam lingkungannya, sehingga menyebabkan lemahnya kemampuan dalam mengakses informasi produksi dan pemasaran dalam mengusahakan usaha budi daya perikanan yang ditekuninya;
- (5) pendidikan formal pembudidaya ikan pada umumnya masih pada kategori sedang, hal ini menyebabkan ketergantungan pengetahuan dan informasi produksi dan pemasaran kepada pembudidaya yang berpendidikan tinggi dan pengurus kelompok pembudidaya ikan;
- (6) masih sedikitnya pelaksanaan kegiatan pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya perikanan, seperti pelatihan cara budi daya ikan yang baik (CBIB) dan pelatihan pengelolaan keuangan dan sistem penanganan hasil perikanan;
- (7) ketergantungan terhadap benih ikan kepada seorang individu penyedia benih merupakan kendala tersendiri, terutama jika pesanan melimpah atau jika produksi benih mengalami kendala. Oleh karena itu, untuk penebaran benih pada kolam ikan juga akan mengalami masalah. Artinya, ketersediaan benih masih bergantung kepada beberapa individu lain di antara pembudidaya ikan;
- (8) kemampuan teknis pembenihan ikan, khususnya ikan patin memerlukan keahlian dan keterampilan khusus, sehingga pada umumnya pembudidaya ikan di wilayah ini belum mampu melakukan pembenihan secara mandiri;
- (9) pakan ikan juga merupakan kendala yang selalu dihadapi pembudidaya ikan terutama fluktuasi harga. Harga sering mengalami peningkatan sehingga pembudidaya ikan mengalami penurunan keuntungan dari hasil produksinya;
- (10) kualitas air dan penyakit ikan juga menjadi masalah yang dihadapi oleh pembudidaya ikan. Pembudidaya ikan sering menghadapi keadaan di luar kondisi kebiasaan, apabila pertukaran musim panas ke musim hujan atau sebaliknya;
- (11) pemasaran hasil usaha budi daya perikanan sampai saat ini masih tergantung kepada pedagang pengumpul dari luar daerah dan pedagang pengumpul lokal. Ketergantungan ini menyebabkan pembudidaya ikan belum memiliki pasar perikanan yang memiliki akses yang lebih luas jangkauannya. Keadaan ini menyebabkan keuntungan yang didapat oleh pembudidaya ikan lebih kecil daripada keuntungan yang didapat oleh pedagang pengumpul, baik lokal atau dari luar daerah;
- (12) pembudidaya ikan belum memiliki usaha bersama dalam menjalankan aktivitas budi daya perikanan. Terutama penampung hasil usaha, penyedia sarana dan prasarana produksi. Keadaan menyebabkan ketergantungan pada individu penyedia benih, pupuk, dan saprodi lainnya. Ketiadaan kelembagaan ini menjadikan keadaan pembudidaya ikan walaupun menjadi kelompok mitra binaan tapi masih berusaha secara sendiri-sendiri;
- (13) lemahnya posisi tawar pembudidaya ikan dalam menentukan harga produksi ikan segar, karena ikan produksi budi daya perikanan di wilayah ini masih dijual oleh masing-masing individu ke pedagang pengumpul lokal dan pedagang pengumpul dari luar daerah sehingga harga ikan masih

- ditentukan oleh pedagang pengumpul, berdasarkan harga pasaran yang ada;
- (14) pembudidaya ikan belum mampu memperluas jaringan komunikasinya ke beberapa individu lain terutama di luar lingkungannya. Kelemahan hubungan kepada peneliti, pendamping pemerintah, instansi dinas, dan media massa merupakan masalah yang masih dihadapi pembudidaya ikan. Rendahnya intensitas interaksi dengan pihak-pihak tersebut dan kurangnya teknologi inovatif yang ditawarkan karena pembudidaya ikan masih mengandalkan keberadaan jaringan dalam lingkungannya. Informasi produksi dan informasi pemasaran lebih banyak diperoleh dari sesama pembudidaya ikan, ketua kelompok, dan pedagang pengumpul.
- (15) rendahnya kinerja pendampingan karena kompetensi pendamping yang rendah, kesiapan penyediaan pendamping hanya sebatas proyek, dan tidak menjalankan pendampingan berdasarkan standar kerja pendampingan. Pengetahuan pendamping tentang teknis budi daya perikanan masih rendah, seringkali mengakibatkan pendamping tidak mampu membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh pembudidaya ikan;
- (16) peran pemimpin kelompok masih rendah yang menyebabkan kelompok belum menjadi wahana interaktif yang efektif dalam proses pembelajaran atau untuk memperkuat posisi tawar. Seharusnya pemimpin kelompok mampu mendorong pembudidaya ikan agar menjadi kelompok yang dinamis, untuk melaksanakan kegiatan kelompok yang sifatnya rutin atau berkala, menghubungkan kelompok dengan *stakeholders*, peneliti, teknisi budi daya perikanan, dan mampu memotivasi agar berkembang dan maju;
- (17) keadaan wilayah dan potensi kelayakan usaha baik secara ekonomi dan ekologi memiliki peluang keberlanjutan usaha yang cukup baik, antara lain ditandai oleh tingginya produksi dan produktivitas ikan, tingginya pendapatan pembudidaya ikan, keberadaan kelompok, keuntungan yang diperoleh, ketersediaan aset produksi seperti kolam, dan wilayah yang luas.
- Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan tersebut maka dilakukan suatu analisis untuk menyusun strategi komunikasi dalam menetapkan tujuan pembangunan usaha budi daya perikanan yang diharapkan pemerintah dengan mengupayakan pengembangan kawasan minapolitan. Tujuan pembangunan masyarakat pembudidaya ikan tersebut dirumuskan melalui strategi komunikasi pemberdayaan pembudidaya ikan dengan didasarkan pada potensi sumber daya perikanan budi daya ikan (akuakultur), karakteristik sosial ekonomi pelaku usaha perikanan, jaringan komunikasi dalam kegiatan produksi dan pemasaran, dan iklim usaha yang meliputi kelembagaan keuangan, input produksi, informasi, maupun pemasaran di Kota Palembang.
- Berdasarkan hal tersebut, maka penerapan strategi komunikasi pemberdayaan pembudidaya ikan dalam kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya perikanan disusun dan dirancang menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT yang dirancang ini merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis yang didasarkan atas logika untuk merumuskan strategi komunikasi sebagai program. Analisis ini diperoleh dengan memaksimalkan faktor pendukung namun secara bersamaan dapat meminimalkan faktor penghambat.

Tabel 1. Analisis SWOT strategi komunikasi pemberdayaan pembudidaya ikan dalam kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya ikan patin di Kota Palembang

	<i>Strenght (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan yang memadai. 2. Ketersediaan input produksi. 3. Potensi dan kesesuaian lahan yang tersedia. 4. Usia produktif pembudidaya ikan. 5. Kinerja pendamping swadaya yang aktif. 6. Kesadaran pembudidaya ikan terhadap teknologi produksi baru yang modern. 7. Kuatnya ikatan jaringan komunikasi antar pembudidaya ikan. 8. Taraf penghidupan dan pola pikir pembudidaya ikan semakin baik. 9. Energi sosial (keinginan yang ingin maju). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lahan belum optimal dimanfaatkan. 2. Kemandirian pembudidaya ikan yang masih bergantung pada keberadaan pendamping swadaya. 3. Rendahnya kinerja petugas pendamping/PPL dari pemerintah. 4. Teknologi produksi dan pemasaran masih sederhana. 5. Lemahnya kemampuan distribusi pemasaran yang hanya kepada pedagang pengumpul. 6. Masih terbatasnya institusi ekonomi pendukung pemasaran produk perikanan. 7. Koperasi belum berkembang. 8. Kurangnya dukungan pemerintah untuk merangsang dan mempermudah akses pasar. 9. Masih bermainnya mafia pasar dan mafia permodalan (rentenir).
Faktor Eksternal	<p><i>Opportunity (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan alam dan sumber daya alam lain yang mendukung. 2. Semakin membaiknya sarana teknologi, informasi, dan transportasi yang mendukung berkembangnya usaha. 3. Iklim yang memungkinkan untuk pengembangan produk. 4. Tingginya minat masyarakat konsumsi produk. 5. Kebijakan pemerintah daerah yang mendukung berkembangnya usaha budi daya perikanan. <p><i>Threat (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berubahnya kualitas air dan serangan terhadap penyakit ikan secara tiba-tiba. 2. Pembentukan kelompok pembudidaya ikan yang belum partisipatif dan masih terkesan dipaksakan, sehingga proses penguatan 	<p><i>Strategi SO</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberdayaan partisipatif pembudidaya ikan. 2. Kemitraan usaha budi daya perikanan. 3. Peningkatan akses asset produktif, teknologi, dan manajemen. 4. Pendampingan usaha untuk meningkatkan kesempatan kerja. 5. Pembinaan dan pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan bagi kelompok usaha bersama. <p><i>Strategi ST</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Intensifikasi dan ekstensifikasi penggunaan inovasi teknologi budi daya. 2. Pembentukan kelompok usaha bersama secara partisipatif. <p><i>Strategi WO</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan, pembinaan, dan penyuluhan dalam rangka meningkatkan kemandirian pembudidaya ikan. 2. Optimalisasi kinerja pendampingan/PPL dari pemerintah. 3. Peningkatan dan pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan. 4. Peningkatan dan perluasan akses pasar dan dibantu oleh pemerintah daerah. 5. Pembentukan kelembagaan koperasi pembudidaya ikan. <p><i>Strategi WT</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kinerja pendampingan yang partisipatif dan bertanggung jawab. 2. Pembentukan dan pengembangan kelembagaan koperasi pembudidaya ikan dalam hal produksi dan pemasaran produk perikanan.

- | | | |
|--|--|--|
| <p>kelembagaan kurang berjalan.</p> <p>3. Ketergantungan kepada penyedia input produksi dan pedagang pengumpul.</p> <p>4. Kenaikan biaya produksi dari tahun ke tahun yang meningkat.</p> <p>5. Harga hasil produksi yang masih rendah karena tergantung pedagang pengumpul dan pasar.</p> | <p>3. Melakukan pendampingan pada usaha pemasaran hasil usaha masyarakat.</p> <p>4. Peningkatan dan pengembangan teknologi produksi untuk menekan biaya produksi.</p> <p>5. Peningkatan manajemen dan mutu produk melalui pelatihan produksi dan pemasaran produk.</p> <p>6. Penyediaan sarana dan prasarana pembudidayaan ikan.</p> | <p>3. Peningkatan program kemitraan melalui kelembagaan koperasi dengan pihak perbankan .</p> <p>4. Pengembangan dan penguatan sistem kelembagaan ekonomi desa melalui kerja sama pembudidaya ikan dan fasilitasi pemerintah daerah.</p> |
|--|--|--|

Berdasarkan penyusunan analisis SWOT yang telah dilakukan dapat dirancang beberapa strategi sebagai bentuk rekomendasi dan rumusan untuk mengatasi beberapa masalah yang berkaitan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan pemberdayaan yang mengacu pada strategi yang baik akan memberikan nilai tambah terhadap perbaikan program dan pencapaian hasil pemberdayaan yang lebih baik. Pemberdayaan pembudidaya ikan dari sudut pendekatan sistem dapat dilakukan dengan mengacu situasi yang ada dalam masyarakat pembudidaya ikan. Selanjutnya, program dapat diterapkan dari input yang tersedia, seperti organisasi pembudidaya ikan, pemerintah, pendamping atau penyuluh perikanan, peneliti, dan lembaga pendukung agribisnis. Berdasarkan pada input yang ada, dilakukan suatu proses pendampingan yang partisipatif untuk menghasilkan *output* atau luaran sesuai dengan yang diharapkan. *Output* diharapkan atas proses pendampingan yang dilakukan adalah terwujudnya pemberdayaan pembudidaya ikan. *Outcome* (dampak) dari luaran ini adalah munculnya usaha yang berkelanjutan, yaitu usaha berkembang tanpa mengabaikan kondisi lingkungan hidup dan kesejahteraan meningkat.

Strategi Komunikasi dalam Pemberdayaan Pembudidaya Ikan

Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan menyeluruh komunikasi untuk mencapai efek komunikasi yang diinginkan. Efek komunikasi dalam pembangunan didefinisikan sebagai situasi komunikasi yang memungkinkan munculnya partisipasi masyarakat secara sadar,

kritis, sukarela, murni, dan bertanggung jawab (Hamijoyo 2001). Perumusan strategi komunikasi tidak terlepas dari pemahaman unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi. Kemacetan dan sumbatan-sumbatan dalam proses komunikasi menunjukkan strategi komunikasi yang digunakan tidak tepat. Berdasarkan keadaan umum dan permasalahan yang terdapat dalam jaringan kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya perikanan, maka direkomendasikan strategi komunikasi yang partisipatif.

Strategi Komunikasi Partisipatif

Strategi komunikasi partisipatif menekankan arus komunikasi dua arah yang seimbang dan berorientasi pada khalayak, yaitu pembudidaya ikan. Paradigma komunikasi partisipatif menjelaskan bahwa semua masyarakat diundang untuk lebih berpartisipasi dalam proses komunikasi sampai dengan pengambilan keputusan. Komunikasi pendukung pembangunan dilaksanakan dalam model komunikasi horizontal karena interaksi komunikasi dilakukan secara lebih demokratis. Dalam proses komunikasi, tidak hanya ada sumber atau penerima saja. Sumber juga penerima, penerima juga sumber dalam kedudukan yang sama dan dalam level yang sederajat. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi bukan kegiatan memberi dan menerima melainkan “berbagi” atau “berdialog”. Isi komunikasi bukan lagi “pesan” yang dirancang oleh sumber dari atas, melainkan fakta, kejadian, masalah, dan kebutuhan yang dikodifikasikan menjadi “tema”. Tema inilah yang disoroti, dibicarakan, dan dianalisis. Semua suara didengar dan diperhatikan untuk dijadikan

pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Wibowo 1994).

Strategi komunikasi partisipatif merupakan pendekatan baru dalam komunikasi pembangunan. Pendekatan partisipatif berlandaskan semangat kebersamaan dalam mengartikulasikan dan memersepsikan sesuatu dalam pikiran, sikap, dan tindakan termasuk cara-cara memecahkan masalah bersama. Konsepsi kebersamaan tersebut menentukan tujuan proses komunikasi sehingga semua pihak yang terlibat mempunyai kesempatan mempertukarkan dan memperundingkan makna pesan menuju keselarasan dan keserasian makna bersama. Oleh karena aktivitas komunikasi berlangsung dalam ruang publik, maka memungkinkan setiap orang dapat melakukan akses informasi dan dialog terbuka secara merata (Dilla 2007).

Strategi komunikasi dalam upaya pemberdayaan pembudidaya ikan yang dinilai layak dikembangkan adalah strategi komunikasi partisipatif yang menghasilkan keseimbangan dalam perspektif teori pertukaran (*exchange theory*) melalui jalur kelembagaan yang mapan didukung oleh bentuk-bentuk komunikasi transaksional yang efektif, baik vertikal maupun horizontal dalam sistem sosial ekonomi perikanan.

Strategi komunikasi partisipatif yang dimaksud adalah pengembangan kelembagaan dan organisasi pembudidaya ikan untuk membentuk pola kemitraan agribisnis. Dalam hal ini, koperasi dapat dijadikan wadah yang berpihak kepada pola kemitraan untuk mendukung kepentingan anggotanya (pembudidaya ikan). Untuk membangun koperasi yang efektif dan efisien, model koperasi perikanan dengan komoditas unggulan ikan patin merupakan alternatif yang dapat dikembangkan untuk mempercepat pembangunan usaha perikanan yang modern dengan dukungan sistem informasi komunikasi perikanan. Koperasi perikanan dengan komoditas unggulan ikan patin yang berorientasi pada keberdayaan, kesejahteraan, kemandirian, dan berkeadilan di antara pembudidaya ikan yang ada.

Berdasarkan analisis SWOT dan penjelasan tersebut diajukan rancangan kebijakan strategi komunikasi pemberdayaan pembudidaya ikan dalam kegiatan produksi dan pemasaran hasil perikanan antara lain:

- (1) memanfaatkan kekuatan jaringan komunikasi dalam upaya pembentukan kelembagaan koperasi yang memiliki prinsip kebersamaan untuk mewujudkan pembudidaya ikan yang mandiri, sejahtera, dan berkeadilan;
- (2) peningkatan kapasitas karakteristik pembudidaya ikan melalui pelatihan dan kegiatan pendampingan pembudidaya ikan;
- (3) melaksanakan kegiatan usaha budi daya perikanan dengan memanfaatkan fasilitas produksi, menggunakan teknologi yang tepat guna dan berkelanjutan;
- (4) peningkatan kemampuan dan optimasi kinerja pendamping lapangan dalam mendampingi pembudidaya ikan sesuai standar kinerja pendampingan, untuk memfasilitasi kebersamaan dan kemandirian usaha budi daya perikanan dalam lingkup pembudidaya ikan;
- (5) peningkatan akses informasi produksi dan membangun akses pasar yang luas agar memiliki posisi tawar terhadap harga produk dan berkelanjutan dengan dukungan pemerintah;
- (6) melaksanakan evaluasi dan monitoring kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya perikanan yang dijalankan secara berkala.

Pengembangan pola hubungan interaksi-jaringan komunikasi dengan perubahan taraf penghidupan dan pola pikir pembudidaya ikan dapat dikembangkan sebagai suatu strategi komunikasi pemberdayaan. Upaya pengembangan bermaksud untuk mewujudkan pemberdayaan pembudidaya ikan yang mandiri sejahtera dan berkeadilan, sehingga kendala dan sumbatan-sumbatan komunikasi dalam kegiatan pemberdayaan dapat diminimalisir. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa fenomena interaksi jaringan komunikasi dalam usaha budi daya perikanan yang bersifat memusat serta terbuka sehingga dapat dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi pemberdayaan pembudidaya ikan.

Memanfaatkan Kekuatan Interaksi Jaringan Komunikasi dalam Upaya Pembentukan Kelembagaan Koperasi

Strategi dalam mewujudkan pembudidaya ikan yang sejahtera dan mandiri perlu dilakukan melalui pembentukan kelembagaan sosial ekonomi yang kuat berupa koperasi

pembudidaya ikan. Pembudidaya ikan perlu mendapatkan perhatian yang baik dari berbagai kalangan, terutama pengurus kelompok dan pembudidaya ikan itu sendiri.

Kelembagaan yang terbentuk antar pembudidaya ikan dapat dijadikan wadah untuk membangun kerja sama pelatihan dan kegiatan pendampingan dengan berbagai lembaga baik instansi pemerintah ataupun swasta. Kelembagaan yang kuat akan memperhatikan sumber daya anggotanya sehingga keberhasilan anggota adalah keberhasilan dan kemajuan bersama.

Melalui pengembangan koperasi yang memiliki visi dan misi jelas, upaya terhadap peningkatan kemampuan individu pembudidaya ikan dapat ditingkatkan. Beberapa karakteristik pembudidaya ikan yang berpendidikan formal lebih rendah, berpendapatan rendah, dan memiliki aset yang sedikit, dalam lingkungannya pada umumnya sangat kurang mendapatkan informasi baru, kurang menjalin hubungan dengan sesamanya, mereka pada umumnya cenderung mengalami kesulitan dalam menjalankan fungsi-fungsi usaha maupun memecahkan masalahnya. Untuk itu, diperlukan perhatian dengan pembentukan kelembagaan sosial ekonomi sehingga dapat menjalankan kegiatan usaha baik melalui kerja sama individu pembudidaya ikan maupun kerja sama dengan lembaga kemitraan perbankan atau lembaga usaha lainnya yang memiliki nilai ekonomi bagi anggota. Oleh karena itu, permasalahan individu maupun kelompok dapat teratasi bagi semua lapisan masyarakat pembudidaya ikan dan tidak ada individu masyarakat yang “ditinggalkan”.

Pembudidaya ikan memiliki peran penting dalam menentukan keberlanjutan usaha anggotanya, khususnya dalam menjaga kebersamaan dan motivasi dalam kelompok serta kelestarian lingkungan hidup. Ketua kelompok berperan menginisiasi pembentukan kelembagaan koperasi pembudidaya ikan. Peran pengurus kelembagaan pembudidaya ikan dapat berperan sebagai *star*, *cosmopolite*, dan *opinion leader*. Oleh karena itu, kegiatan pemberdayaan yang melibatkan pengurus kelembagaan hendaknya diarahkan pada terciptanya kebersamaan dan kepentingan pamarataan manfaat yang diterima oleh anggota. Keberadaan ketua kelembagaan diperlukan dan diharapkan kesadarannya untuk kepentingan dan kebermanfaatannya seluruh anggota. Pelatihan kepemimpinan dan pengelolaan kelembagaan sosial perlu diinisiasikan oleh pembudidaya.

Pemberdayaan pembudidaya ikan melalui kelembagaan sangat penting, karena keberadaan kelembagaan menjadi wadah pembelajaran yang efektif bagi terwujudnya keberdayaan dan kemandirian pembudidaya ikan. Interaksi antar pembudidaya ikan dapat saling berbagi pengetahuan dan pengalaman. Solidaritas anggota dalam kelembagaan yang tinggi dapat mewujudkan kelembagaan sebagai wadah berbagi dan saling menguatkan agar pembudidaya ikan memiliki posisi tawar dalam berbagai kegiatan, terutama dalam memasarkan produk hasil perikanan.

Peningkatan Kapasitas Pengetahuan Pembudidaya Ikan

Pembudidaya ikan terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang budi daya perikanan dengan keterbatasan fasilitas yang ada, pengetahuan mengenai pembudidayaan yang baik, hama dan penyakit harus terus dikembangkan. Interaksi jaringan komunikasi antar pembudidaya ikan baik tatap muka secara langsung atau dengan manfaat teknologi komunikasi dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan masing-masing pembudidaya ikan dalam mengakses berbagai informasi tentang usaha budi daya perikanan.

Pelaksanaan Kegiatan Usaha Budi Daya Perikanan

Pembudidaya ikan dalam melaksanakan usahanya seharusnya benar-benar tekun dan memanfaatkan fasilitas produksi yang ada. Luas lahan bisa dimanfaatkan untuk perluasan kolam. Pembuatan pakan tradisional yang relatif lebih murah perlu ditingkatkan kualitasnya. Padat tebar benih dengan menggunakan teknologi budi daya sistem dua kali padat tebar yang sebagian dipanen ketika masih ukuran berat sedang, kemudian hasil yang diperoleh dapat digunakan sebagai tambahan biaya produksi untuk padat tebar yang tersisa, sehingga menghasilkan produksi ikan yang optimal dan diharapkan dapat berkelanjutan.

Peningkatan Kinerja Pendampingan dan Jaringan Komunikasi

Peran pendamping sangat penting dalam pemberdayaan pembudidaya ikan. Pendamping seharusnya mampu melakukan pengelolaan program mulai dari perencanaan sampai monev. Pengembangan organisasi masyarakat baik berupa kelembagaan pembudidaya ikan, KUB,

sampai ke pengembangan jaringan seperti forum pembudidaya ikan atau jaringan pemasaran yang disertai juga dengan pelatihan kepemimpinan lokal agar mereka bisa mengelola organisasi-organisasi tersebut dengan baik. Pendampingan harus mengusahakan pemberdayaan dengan menyertai proses pembentukan dan penyelenggaraan kelompok masyarakat sebagai fasilitator, komunikator, ataupun dinamisator serta membantu mencari cara pemecahan masalah yang tidak dapat dilakukan oleh masyarakat sendiri. Tenaga pendamping harus mempunyai empat sifat, yakni: (1) harus terampil dalam menyelesaikan masalah (*problem solving*), (2) harus peduli dan punya keberpihakan kepada masyarakat yang diberdayakan (*sence of community*), (3) harus mempunyai visi (*sense of mission*), dan (4) harus jujur kepada diri sendiri dan kepada orang lain (*honesty with others and with self*).

Peran pendamping dalam pembelajaran bukan menjadi guru yang mentransfer ilmu pengetahuan kepada muridnya, akan tetapi pendamping seharusnya menjadi motivator dan fasilitator yang membangkitkan minat belajar dan menggali pengetahuan dan pengalaman pembudidaya ikan itu sendiri.

Lembaga penyuluhan berperan penting dalam meningkatkan kinerja atau kompetensi pendamping atau penyuluh perikanan. Badan Penyuluhan dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) yang memfasilitasi ketersediaan pendamping atau penyuluh sebagai penanggung jawab kegiatan penyuluhan atau pendampingan di tingkat kabupaten atau kota pada kenyataannya belum terwujud sehingga masih dalam proses pematapan sebagai suatu organisasi. Terkait dengan hal tersebut, diperlukan akselerasi integrasi dalam pendampingan dan penyuluhan sehingga kegiatan pemberdayaan dan pelayanan kepada masyarakat pembudidaya ikan dapat berjalan dengan lebih cepat dan lebih baik.

Jaringan komunikasi dalam kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya perikanan ditentukan oleh kerja sama dan interaksi antar individu pembudidaya ikan. Jaringan komunikasi berperan banyak dalam mentransfer informasi dan pengetahuan. Jaringan komunikasi yang terbentuk tidak lepas dari peran dan kinerja pendamping, terutama dalam penerapan teknologi produksi dan penanganan hasil panen bagi pembudidaya ikan. Pendampingan yang dilaksanakan berbasis pada paradigma

partisipatif dari semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pendampingan dan komunikasi yang dialogis. Paradigma tersebut tercermin dari berbagai bentuk, baik dari peran pembudidaya ikan dan pendamping, proses pembelajaran, metode pendampingan, materi kegiatan, sumber informasi, dan bentuk kerja sama antar pembudidaya ikan. Komunikasi dialogis dan konvergen di antara pembudidaya ikan, pendamping, dan instansi terkait adalah komunikasi yang timbal balik, saling memahami maksud, dan saling memberi manfaat.

Peningkatan Akses Informasi Produksi dan Pemasaran yang Luas agar Memiliki Posisi Tawar terhadap Harga Produk dan Berkelanjutan

Kelembagaan ekonomi penyedia sarana prasarana produksi dan distribusi pemasaran berperan penting dalam pemberdayaan pembudidaya ikan. Dukungan kelembagaan produksi dan pemasaran, terutama dalam menyediakan induk, benih, dan menampung hasil produksi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kapasitas pembudidaya ikan dan keberlanjutan usahanya.

Lembaga pemasaran dari hasil panen budi daya ikan masih terfokus kepada pedagang pengumpul sehingga harga jual ikan ditentukan oleh pembeli dan keadaan pasar. Pembudidaya ikan tidak memiliki posisi tawar terhadap penentuan harga. Seharusnya kelembagaan yang berperan dalam menampung hasil panen adalah adanya koperasi pembudidaya ikan yang bergerak dalam melayani anggota untuk memenuhi keperluan produksi dan pemasaran.

Dukungan pemerintah dalam mengupayakan perluasan kemampuan produksi dan pemasaran bagi kelembagaan koperasi pembudidaya ikan sangat diperlukan, pemerintah dapat memainkan perannya melalui peraturan dan kebijakan dengan menerbitkan peraturan daerah dan fasilitas pasar serta menjalin kerja sama daerah untuk memperluas akses pasar sebagai upaya distribusi hasil produksi perikanan sehingga pembudidaya ikan diharapkan mampu memiliki posisi terhadap tawar yang lebih baik dari produk yang mereka hasilkan.

Luaran (Output)

Luaran yang diharapkan dari kegiatan usaha budi daya perikanan yang dilaksanakan oleh

pembudidaya ikan adalah terwujudnya pemberdayaan dan keberlanjutan usaha secara lebih baik dan berkualitas. Hal ini ditandai dengan perubahan taraf penghidupan dan pola pikir pembudidaya ikan ke arah yang lebih mapan. Pembudidaya ikan menjadi sejahtera, mandiri, dan usaha yang berkeadilan sehingga mampu menjalankan fungsi usaha, merencanakan dan mengevaluasi usaha, memecahkan masalah, dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Melalui peran interaksi jaringan komunikasi dalam mempercepat perubahan taraf penghidupan dan pola pikir pembudidaya ikan dalam menjalankan usahanya, diharapkan mereka menjadi seorang pembudidaya ikan sekaligus pengusaha yang mapan dan sejahtera, mandiri, dan berkeadilan.

Kemandirian pembudidaya ikan dalam usahanya dapat dilihat dalam beberapa ciri di antaranya: (1) terjadinya perubahan taraf penghidupan dan perilaku ke arah yang lebih baik; (2) mampu menjalin kerja sama jaringan komunikasi ke sesama anggota pembudidaya ikan atau individu lain dalam dan luar lingkungannya; (3) memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan teknis produksi dan pemasaran perikanan dengan hasil yang berkualitas serta memahami dan mengetahui solusi terhadap perubahan lingkungan yang terjadi; (4) kemampuan dalam pengelolaan keuangan, seperti mampu membuat perencanaan usaha, neraca keuangan rugi laba yang sederhana, mampu mengembangkan modal usaha menjadi lebih besar; (5) mampu mengatur dan mengelola tenaga kerja; (6) memperhitungkan keadaan dan permintaan pasar terhadap produksi yang dihasilkan; (7) mampu mengevaluasi keadaan produksi dan pemasaran secara tepat; (9) terus mengusahakan inovasi dan menggali informasi baru; (10) menjadikan kendala sebagai peluang menemukan ide baru dalam usaha yang dihadapi; (12) menyiapkan kemungkinan kendala yang terjadi sebagai dasar pembelajaran untuk lebih berkembang dan maju; (13) bertanggung jawab dan berani terhadap kemungkinan resiko yang akan dihadapi.

Dampak (*Outcome*)

Dampak (*outcome*) yang terjadi sebagai akibat dari kegiatan pemberdayaan pembudidaya ikan adalah adanya perubahan taraf penghidupan dan pola pikir ke arah yang lebih baik. Perubahan yang diharapkan adalah keberlanjutan usaha, peningkatan kesejahteraan, kemandirian, dan

usaha yang berkeadilan. Untuk mewujudkan hal ini pembudidaya ikan perlu memperhatikan kegiatan usahanya secara terintegrasi, mulai dari perencanaan, monitoring, dan evaluasi terhadap keuntungan dan resiko yang akan dihadapi. Keberlanjutan usaha akan dapat dicapai jika pembudidaya ikan memperhatikan hal tersebut, ditambah lagi dengan memperhatikan keadaan daya dukung lingkungannya.

Keberlanjutan usaha akan ditandai oleh meningkatnya taraf penghidupan, meliputi peningkatan pendapatan, peningkatan tabungan, peningkatan rata-rata produksi dan skala usaha, dan peningkatan infrastruktur. Keberlanjutan daya dukung lingkungan ditandai oleh ketersediaan dan kualitas air kolam, serta pengendalian hama dan penyakit. Keberlanjutan sosial ditandai oleh peningkatan pola pikir pembudidaya ikan yang dicirikan oleh peningkatan pendidikan anak, peningkatan pengetahuan individu, perbaikan adopsi teknologi, kesehatan, percaya diri, dan peningkatan akses informasi dalam jaringan komunikasi yang saling memberi manfaat dan berkeadilan dalam dan luar lingkungannya.

Melaksanakan Evaluasi dan Monitoring Komunikasi Pemberdayaan

Kegiatan monitoring dan evaluasi ditujukan untuk memperbaiki kesalahan dan ketidaksesuaian yang terjadi pada saat pelaksanaan usaha, agar kembali kepada perencanaan yang telah ditetapkan sejak awalnya. Hasil monitoring dan evaluasi berupa rekomendasi perbaikan dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Rekomendasi ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk memperbaiki perencanaan dan upaya pengembangan usaha budi daya perikanan selanjutnya. Kebijakan dan strategi pemberdayaan pembudidaya ikan dalam kegiatan produksi dan pemasaran ditekankan melalui peran interaksi jaringan dalam mewujudkan perubahan taraf penghidupan dan kemandirian pembudidaya ikan.

Pemberdayaan pembudidaya ikan dalam jangka panjang sebagai sesuatu yang diharapkan dan dicapai di masa depan adalah terwujudnya masyarakat pembudidaya ikan yang sejahtera, mandiri, dan berkeadilan dalam usahanya serta keberlanjutan terhadap usaha yang dilakukan. Sementara itu, dalam jangka menengah, kebijakan yang dirumuskan adalah meningkatnya kualitas kehidupan pembudidaya ikan, baik dalam menjalankan fungsi-fungsi

usahanya, mengatasi masalah, merencanakan dan mengevaluasi usaha, maupun beradaptasi dengan perubahan di sekitarnya. Pada jangka pendek kebijakan tujuan tersebut tercapai melalui perubahan taraf penghidupan dan pola pikir pembudidaya ikan terutama pendapatan, kesempatan kerja, adopsi teknologi, infrastruktur, dan pengetahuan.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil dan penjelasan yang telah disusun maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemberdayaan pembudidaya ikan dalam kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya perikanan di Kota Palembang dituangkan dalam langkah konsep komunikasi pembangunan dengan perbaikan kinerja komunikasi pemberdayaan yang partisipatif yang meliputi: (1) memanfaatkan kekuatan interaksi jaringan komunikasi dalam upaya pembentukan kelembagaan koperasi yang memiliki prinsip kebersamaan untuk mewujudkan pembudidaya ikan yang mandiri, sejahtera, dan berkeadilan; (2) peningkatan kapasitas karakteristik pembudidaya ikan melalui pelatihan dan kegiatan pendampingan pembudidaya ikan; (3) melaksanakan kegiatan usaha budi daya perikanan dengan memanfaatkan fasilitas produksi, menggunakan teknologi yang tepat guna dan berkelanjutan; (4) peningkatan kemampuan dan optimasi kinerja pendamping lapangan dalam mendampingi pembudidaya ikan sesuai standar kinerja pendampingan untuk memfasilitasi kebersamaan dan kemandirian usaha budi daya perikanan dalam lingkup pembudidaya ikan; (5) peningkatan akses informasi produksi dan membangun akses pasar yang luas agar memiliki posisi tawar terhadap harga produk dan berkelanjutan dengan dukungan pemerintah; (6) melaksanakan evaluasi dan monitoring kegiatan produksi dan pemasaran usaha budi daya perikanan yang dijalankan secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- Chambers R. 1995. Poverty and livelihood; Whose Reality Counts? *Journal of Environment and Urbanization*. 7(1): 173-204.
- Colletta NJ and ML Cullen. 2000. Violent conflict and the transformation of social capital, lesson from Cambodia, Ruanda, Guetamala, and Somalia. The Word Bank, Washington (US).
- Dirgantoro C. 2001. Manajemen stratejik. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Dilla S. 2007. Komunikasi pembangunan: pendekatan terpadu. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Effendy OU. 2005. Ilmu komunikasi; teori dan praktik. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Fatchiya A. 2010. Pola pengembangan kapasitas pembudidaya ikan kolam air tawar di Provinsi Jawa Barat. Disertasi. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Hamijoyo SS. 2001. Konflik sosial dengan tindak kekerasan dan peranan komunikasi. *Jurnal Mediator Unisba*. 2(1): 21-29.
- Hikmat H. 2004. Strategi pemberdayaan masyarakat. Humaniora Utama Press, Bandung.
- Hubies AV dan Tj Prabowo. 1995. Penyuluhan pembangunan di Indonesia menyongsong abad XXI. (Ed. Wahyudi R). Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara, Jakarta.
- Melkote RS. 2006. Everett M Rogers and his contribution to the field of communication and social change in developing countries. *Journal of Creative in Communication*. 1(1): 111-121. DOI: 10.1177/097325860500100109.
- Muhammad A. 2004. Komunikasi organisasi. Bumi Aksara, Jakarta.
- Wibowo F. 1994. Komunikasi media teater rakyat. Paper Workshop Komunikasi Teater Rakyat. Studio Audio Visual Universitas Sanata Darma, Yogyakarta.