

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah sebuah alat yang posisinya sangat krusial untuk mencapai sebuah tujuan. Untuk mencapai tujuan berarti dibutuhkan strategi (Oepen & Willner, 2006, hal. 20-22). Strategi komunikasi berarti sebuah perencanaan komunikasi yang mendukung tercapainya tujuan melalui suatu program. (Ramírez & Quarry, 2004, hal. 2). Strategi komunikasi berarti perencanaan dengan tujuan mencapai efek komunikasi yang diinginkan. (Hamijoyo, 2001, hal. 27) Strategi komunikasi menjadi fundamental dan sangat diperlukan saat berkaitan dengan hal yang berbau perilaku manusia dan perubahan sosial (UNICEF, 2005, hal.1). Dapat disimpulkan apabila strategi komunikasi sangat cocok untuk diimplementasikan dalam program pemberdayaan, karena pada hakikatnya, pemberdayaan dalam ranah komunikasi berfokus pada perubahan perilaku masyarakat dalam sebuah komunitas (Visnu, t.t, hal. 13).

Konsep pemberdayaan sendiri sangat cocok apabila dilakukan pada masyarakat tani, sebab petani dan kemiskinan merupakan isu yang selalu bergandengan. Banyak artikel menyebutkan, bahwa kebanyakan penduduk miskin adalah mereka yang berprofesi sebagai petani¹. Pemberdayaan berarti pemberian daya untuk membantu masyarakat agar lebih kuat dan lebih mampu untuk memenuhi kebutuhan dasar sehingga dapat merasakan kebebasan, mendapat yang mereka inginkan, dan dapat membuat keputusan terbaik untuknya sendiri (Suharto, 2014, hal. 58). Pemberdayaan bertujuan untuk membawa masyarakat pada kemandirian agar mampu untuk mengatasi kebutuhan materiil dan non-materiil hidupnya (Setyowati, 2019, hal. 189). Pemberdayaan tidak akan berjalan tanpa adanya strategi komunikasi,

Di Indonesia, petani yang keadaannya sangat terpuruk dan kurang diperhatikan adalah petani kopi. Padahal, petani kopi memegang peran paling vital dalam rantai

¹ <https://repjogja.republika.co.id/berita/r1mske327/emil-tekanan-pentingnya-pengentasan-kemiskinan-di-pedesaan> diakses pada 01/11/2021 6:20

distribusi kopi. Sebagai produsen utama, petani kopi dianggap sangat bernilai keberadaannya, terutama dalam pasar dunia (Nguyen & Sarker, 2018, hal. 9). Kopi sendiri, memainkan kontribusi tinggi untuk membantu meningkatkan perekonomian. Kopi merupakan tanaman yang paling diperhitungkan dibandingkan dengan tanaman lainnya (Senders, Motz, Lentink, Vanderschaeghe, & Terrillon, 2014). Di Indonesia, kopi dianggap sebagai salah satu komoditas unggulan dalam sub-sektor perkebunan (Sitanggang & Sembiring, 2013, hal. 33). Indonesia sendiri adalah eksportir kopi terbesar keempat di dunia, setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia (Sahat, Nuryartono, & Hutagaol, 2016, hal. 64). Kopi menjadi salah satu tanaman yang menjadi sumber pendapatan devisa negara dan penyedia lapangan pekerjaan bagi para petani (Herman, 2003, hal. 2). Namun, petani kopi selalu dihadapkan dengan beberapa permasalahan isu produktivitas dan kesejahteraan yang rendah.

Indikator rendahnya kesejahteraan dapat dilihat dari banyaknya petani kopi Indonesia yang masih mengandalkan bantuan subsidi pemerintah dan tercatat sebagai penerima bantuan beras rakyat miskin (raskin)². Beberapa penelitian mengungkap, banyak dari petani kopi yang kesulitan untuk memenuhi kebutuhan, bahkan rela untuk terbelit hutang agar kebutuhan hidup sehari-hari dapat terpenuhi. Bertani namun kelaparan, isu tersebut terus berkembang dan menggambarkan keadaan para petani kopi Indonesia saat ini. Padahal, dalam praktiknya mereka merupakan produsen pertama dari komoditas yang berharga bagi suatu negara dan notabene merupakan komoditas penting yang diperdagangkan di pasar dunia saat ini (Imron & Satrya, 2019, hal. 216).

Dalam konteks harga, umumnya harga kopi ditentukan secara internasional dan sangat berfluktuasi (Sahat, Nuryartono, & Hutagaol, 2016, hal. 65). Fluktuasi harga kopi yang terjadi tidak terlepas dari perkembangan produksi kopi dunia, terutama produksi kopi Brazilia sebagai produsen utama, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada harga kopi di pasar domestik. Krisis kopi dunia terjadi karena keberhasilan Vietnam meningkatkan produksi kopinya dan keberhasilan Brazil meminimalisir gangguan *frost* yang sering melanda (Herman, 2003, hal. 5). Maka

² <https://www.beritasatu.com/nasional/590813-nasib-petani-kopi-dinilai-masih-belum-sejahtera> diakses 13/08/2020 15:45

dari itu, dalam pasar nasional dan internasional, harga kopi sering kali tidak stabil (Aswaf, Bezabh, Anteneh, & Kumela, 2016, hal. 19-20).

Keterpurukan dan ketidakseimbangan harga komoditas kopi (krisis kopi) ini berimbas langsung pada negara-negara produsen, contohnya Indonesia. Akibat jangka panjang anjloknya harga kopi, akan berdampak secara luas pada kehidupan sosial-ekonomi petani kopi, sebagai penanggung resiko terbesar (Sahat, Nuryartono, & Hutagaol, 2016, hal. 66). Harga kopi di tingkat petani sangat rendah, sehingga berdampak negatif bagi perekonomian nasional terutama di sentra-sentra produksi kopi. Harga kopi di tingkat petani belum mampu untuk menutupi biaya produksi. Sehingga, petani terpaksa membiarkan kebun kopi tidak terpelihara, bahkan sebagian tanaman kopi ada yang ditebang dan diganti dengan tanaman lain. Dengan kondisi seperti ini, kopi Indonesia akan semakin kehilangan daya saing dan peranannya di pangsa pasar dunia semakin berkurang (Herman, 2003, hal. 2).

Disebut-sebut, para petani kopi memperoleh tidak lebih dari 25 persen dari total harga secangkir kopi. Permasalahan lainnya yang dihadapi oleh petani kopi adalah kesulitan dalam mengakses permodalan, mengakses pasar dan masalah transaksi yang tidak transparan³. Hal ini jelas sekali dapat dilihat dari proses distribusi kopi yang cukup Panjang mulai dari petani hingga sampai ke tangan konsumen. Sehingga, harga yang diterima petani sebagai produsen paling awal dalam rantai, rendah (Aswaf, Bezabh, Anteneh, & Kumela, 2016, hal. 19-20).

Poin-poin yang telah dipaparkan diatas tersebutlah yang membuat indikator kesejahteraan petani Indonesia diam ditempat⁴. Kesejahteraan petani kopi yang tidak kunjung membaik juga di provokasi oleh rendahnya tingkat produktivitas baik dari petani, hasil produksi, atau lahan tanam. Indonesia menjadi pengeksport dan penghasil komoditas kopi terbesar keempat di dunia. Padahal luas lahan tanam di Indonesia menempati urutan terbesar kedua di dunia (Kusmiati & Windiarti, 2011, hal. 47). Sekitar 96 persen dari luas dan produksi kopi di Indonesia adalah perkebunan kopi rakyat yang dikelola oleh para petani kecil, sedangkan 4 persen

³ <https://money.kompas.com/read/2020/07/07/142246526/sda-melimpah-mengapa-petani-indonesia-sulit-untuk-sejahtera?page=all> diakses 21/09/2020 05:38

⁴ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/09/24/bagaimana-indikator-kesejahteraan-petani-indonesia> diakses 21/09/2020 05:43

sisanya adalah kopi perkebunan yang dikuasai oleh pemerintah (AEKI, 2020). Namun, petani kopi Indonesia hanya mampu menanam sekitar 60 persen dari luas keseluruhan lahan (ICO seminar, 2012). Hal ini menandakan, produktivitas pertanian dan petani kopi Indonesia memang benar-benar rendah. Kurangnya perawatan lahan dan rendahnya mutu kopi yang dihasilkan juga menjadi alasannya (Kusmiati & Windiarti, 2011, hal. 47). Umumnya, 96 persen perkebunan kopi rakyat tidak menggunakan benih kopi yang unggul (bermutu tinggi), teknik budidaya yang masih sangat sederhana, peremajaan tanaman yang lambat, dan kurangnya sarana dan prasarana pendukung (Nalurita, Asmarantaka, & Jahroh, 2014, hal. 64)

Di samping itu, perubahan iklim yang ekstrim juga menjadi permasalahan. Perubahan iklim dapat berdampak besar pada tanaman karena mengakibatkan bunga kopi rontok dan buah kopi yang menjadi tidak sehat. Sayangnya, di Indonesia petani yang mampu beradaptasi dengan pergantian iklim ekstrim dapat dihitung jari (Sarirahayu & Aprianingsih, 2018, hal. 3). Tanaman kopi sangat peka terhadap bencana embun upas dan kekeringan. Ekstremnya iklim Indonesia bagi tanaman kopi dapat meningkatkan serangan penyakit dan pada akhirnya dapat menggagalkan sebagian besar tanaman kopi.

Pemerintah Indonesia juga dinilai masih kurang tertarik pada komoditas kopi dan lebih memfokuskan perhatiannya pada minyak kelapa, karet, dan coklat (Sarirahayu & Aprianingsih, 2018, hal. 2). Tidak ada dukungan nyata dari pemerintah untuk industri kopi nasional. Baik itu dari segi penyediaan benih, penyuluhan pada petani, atau pengetahuan tentang kemudahan ekspor (SWA, 2013). Tidak meratanya sebaran produksi kopi di Indonesia yang hanya terpusat pada satu daerah/provinsi juga menjadi pemicu kurangnya daya dukung pemerintah terhadap komoditas kopi (Kusmiati & Windiarti, 2011, hal. 48). Para petani berarti sangat membutuhkan dampingan dari tenaga profesional mengenai banyak hal. Tapi pada kenyataan di lapangan, banyak tenaga profesional yang alih tugas menjadi lurah, camat, bahkan kepala dinas⁵.

⁵ <https://www.lampost.co/berita-produktivitas-kopi-rendah-buat-petani-tidak-sejahtera.html> diakses 21/09/2020 06:01

Inti utama penyebab rendahnya produktivitas yang berujung pada rendahnya kesejahteraan petani kopi adalah karena kurangnya sumber daya manusia (SDM), minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh petani, dan kurang lengkapnya teknologi atau sarana dan prasarana penunjang⁶. Di samping itu, buruknya kualitas bibit, kondisi tanaman yang sudah tua dan mudah rusak, populasi tanaman yang belum memenuhi standar, pemeliharaan dan pengelolaan kebun yang kurang intensif, kelembagaan petani yang lemah juga menjadi faktor pendukung⁷. Data awal tahun 2020 menunjukkan kesejahteraan dan produktivitas petani kopi di Indonesia jauh menurun secara signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Di tahun 2020, petani kopi mengalami kesulitan karena pandemi virus korona (Covid-19). *International Coffee Organizations* menyebutkan bahwa dalam 3 bulan berturut-turut harga kopi jatuh (ICO, 2020). Kementerian Perindustrian RI juga mengungkapkan bahwa industri kecil menengah, khususnya dalam penjualan kopi menurun sebanyak 90% akibat pandemi⁸. Media *mainstream* Indonesia pun setiap tahun melaporkan kasus kesejahteraan dan produktivitas petani Indonesia yang terus menjadi permasalahan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sarirahayu & Aprianingsih (2018) menemukan bahwa sertifikasi dagang, adopsi teknologi, pelatihan intensif, keterlibatan perempuan, dan fokus pada petani yang aktif dan mau terlibat merupakan strategi yang dapat digunakan agar produktivitas dan kesejahteraan meningkat. Selain itu, Ibnu (2019) juga memaparkan bahwa penerapan standar dan sertifikasi pada para petani kopi juga dapat membantu untuk meningkatkan produktivitas bahkan kesejahteraan (hal. 136). Oleh karena itu, pemberdayaan pada petani kopi Indonesia sangatlah penting. Pemberdayaan, khususnya terhadap petani kopi perlu dilakukan untuk membantu mengatasi permasalahan yang telah disebutkan, karena, kopi merupakan pondasi kehidupan bagi banyak petani kopi dan keluarga mereka (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2016).

⁶ <https://www.republika.co.id/berita/eko%20nomi/makro/15/07/21/nrttth-%20pengembangan-komoditas-kopi-masih-%20terkendala-produktivitas-rendah> diakses 18/08/2020 09:02

⁷ <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190312/99/898582/produktivitas-kebun-kopi-indonesia-masih-rendah> diakses 21/09/2020 06:10

⁸ <https://mediaindonesia.com/read/detail/307231-diguncang-covid-19-penjualan-industri-kopi-olahan-anjlok-90> diakses 13/08/2020 15:15

Dalam sektor pertanian, pemberdayaan masyarakat tani disebut menjadi pendekatan pemberdayaan yang paling sesuai (Indardi, 2012, hal. 106). Indardi juga menjelaskan dalam bukunya *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat* (2016) komunikasi berperan dan dipercaya sebagai faktor penting mencapai keberhasilan dan tujuan dalam kegiatan pemberdayaan, tentu khususnya dalam pemberdayaan masyarakat tani (hal. 108). Di awal tahun 2016, Indardi juga melakukan penelitian berjudul *Pengembangan Model Komunikasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Tani*, Indardi menyajikan beberapa model komunikasi pemberdayaan yang berarti bahwa komunikasi dan pemberdayaan merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan (Indardi I. , 2016).

Peran komunikasi dalam aktivitas pemberdayaan sering dikenal dengan istilah komunikasi pemberdayaan (Dewi, t.t, hal. 75) Menurut Aruma (2018, hal. 3) komunikasi didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi. Dalam pemberdayaan, komunikasi adalah pusat dari segala aktivitas manusia di setiap proses pemberdayaan yang terjadi. Komunikasi pemberdayaan berfokus pada interaksi antar individu dalam kelompok masyarakat, yang mendorong perubahan dalam kehidupan mereka. Komunikasi sendiri, mendorong setiap individu dalam kelompok untuk berpartisipasi dalam pemberdayaan. Komunikasi pemberdayaan merupakan kegiatan pembangunan yang menekankan dan melibatkan partisipasi dan peran masyarakat Proses komunikasi yang terjadi dalam komunikasi pemberdayaan bersifat transaksional dan interaktif (Indardi I. , 2016, hal. 109). Komunikasi yang terjadi pun, dapat membantu mendorong masyarakat untuk mendapatkan keinginan yang diharapkannya (Setyowati, 2019, hal. 193). Disamping itu, untuk mencapai keberhasilan atau tujuan dalam kegiatan komunikasi pemberdayaan, dibutuhkanlah strategi komunikasi. Dengan strategi komunikasi, pemberdayaan dapat berjalan (Aruma, 2018, hal. 1).

Sejalan dengan itu, sama halnya dengan komunikasi yang dibangun dalam proses pemberdayaan, dalam strategi komunikasi, bentuk komunikasi yang terjalin adalah komunikasi dua arah (*two-way communications*). Komunikasi dua arah merupakan jantung dari strategi yang dilakukan. Apabila komunikasi dua arah kurang jelas, hubungan timbal balik yang dilakukan juga akan terganggu. Tujuan yang ingin dicapai juga tidak akan bisa terpenuhi (Oepen & Willner, 2006, hal. 17).

Pada praktiknya, pendekatan strategi komunikasi pemberdayaan sangat menekankan pada bentuk komunikasi partisipatif antar pribadi, kelompok, dan organisasi. Maka dari itu, inti proses komunikasi dalam strategi komunikasi pemberdayaan adalah hubungan timbal balik (White, 2008, hal. 2-3).

Selain membutuhkan strategi komunikasi, program pemberdayaan membutuhkan fasilitator dan partisipasi dari masyarakatnya. Fasilitator merupakan pelaksana pemberdayaan masyarakat. Fasilitator berperan sebagai pendamping masyarakat dalam menjalankan program pemberdayaan, mereka juga memiliki tanggung jawab untuk menjalin kerjasama dan hubungan baik dengan pemerintah setempat (Agustin & Supriyadi, 2017, hal. 72). Fasilitator sebagai komunikator mendorong masyarakat untuk terlibat aktif dalam pemberdayaan yang dilakukan (Jumrana & Tawulo, 2015, hal. 25). Pemberdayaan masyarakat merupakan paradigma baru dari pembangunan yang harus melibatkan partisipasi masyarakat. Jika masyarakat sebagai subyek penting dari pemberdayaan tidak memahami fungsi dan perannya dalam program tersebut, maka tujuan pemberdayaan tidak akan berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Pada intinya, pemberdayaan adalah usaha meningkatkan kemampuan masyarakat (Dwiyanto & Jemadi, 2013, hal. 37).

Penelitian mengenai pemberdayaan pada petani kopi telah banyak dilakukan. Sumarti & Falatehan (2016) dan Apsari, et al. (2017) melakukan penelitian mengenai strategi pemberdayaan dengan subyek petani kopi. Dalam hasil penelitian, disebutkan bahwa dalam strategi pemberdayaan, diperlukan penggerak dan pelancar agar program pemberdayaan yang dapat dilakukan secara efektif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa peran komunikasi penting dalam melakukan pemberdayaan. Karena, hingga saat ini meskipun telah banyak penelitian terkait pemberdayaan, penelitian dengan fokus komunikasi pemberdayaan masih minim. Jumrana & Tawulo (2015, hal. 20) dalam penelitiannya "*Fasilitator Dalam Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat*" juga mendukung bahwa konteks pemberdayaan masyarakat dalam perspektif komunikasi masih kurang diteliti.

Dengan data penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa banyak penelitian dengan tema pemberdayaan tapi tidak melibatkan proses komunikasi di dalamnya sehingga program pemberdayaan yang terjadi kurang

efektif dan malah seringkali mengalami kegagalan. Muslim dalam penelitiannya *Analisis Kegagalan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat dalam Membangun Kemandirian Masyarakat Miskin* (2017, hal. 81), memaparkan bahwa banyak program pemberdayaan yang menganggap komunikasi bukanlah hal penting dalam proses pemberdayaan. Sehingga penelitiannya menemukan, bahwa program pemberdayaan yang tanpa melibatkan komunikasi didalamnya hanya akan mengalami kegagalan. Padahal, komunikasi dan pemberdayaan adalah hal yang selalu dan harus terkait (Faqih & Aisyah, 2016, hal. 2). Dalam ranah komunikasi, dalam melakukan program pemberdayaan, masyarakat memiliki fasilitator yang berfungsi sebagai penggerak, pelancar, atau pendamping untuk mendorong masyarakat agar aktif dalam pemberdayaan⁹.

Selain itu, banyak penelitian yang telah dilakukan hanya berfokus dengan konsep menerima daya dari pemangku kepentingan saja (*top-down*), padahal pemberdayaan yang seharusnya dilakukan adalah pemberdayaan dengan dengan cara mengembangkan daya dari dalam diri dengan mencoba bekerjasama dengan orang lain atau kelompok dan berusaha untuk terlibat aktif dalam proses pemberdayaan (*bottom-up*). Seperti penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningsih, Saptaningrum, Ulfah, & Khalimah (2018) yang penelitiannya membentuk masyarakat sesuai dengan kebutuhan desanya melalui bantuan pemerintah dan fokus pada implementasi pemberdayaan tanpa ada peran komunikasi di dalamnya.

Penelitian yang dilakukan peneliti mengenai Strategi Komunikasi Pemberdayaan Dalam Meningkatkan Produktivitas dan Kesejahteraan Petani Kopi ini dinilai penting, guna mengisi celah dari penelitian terdahulu. Adapun seperti yang telah dijelaskan, beberapa faktor yang melatar belakangi hal ini dirangkum dan diperjelas kembali, antara lain:

Faktor pertama, adanya keresahan peneliti melihat bahwa petani kopi sebagai produsen utama serta sebagai pembudidaya kopi sendiri, memiliki permasalahan produktivitas dan kesejahteraan yang tidak kunjung dapat di atasi. Padahal, permintaan kopi baik dari dalam ataupun luar negeri terus meningkat setiap

⁹ <http://lingkarlsm.com/konsep-dasar-fasilitasi-masyarakat/> diakses pada 23/10/2021 14:43

tahunnya, bahkan diprediksi akan meningkat seiring dengan peningkatan konsumen kopi (Hodijah & Delis, 2018, p. 375). Menurut data yang dihimpun dari *International Coffee Organization*, Indonesia menjadi salah satu negara yang tingkat ekspor komoditas kopinya tinggi, khususnya pada kopi jenis robusta (ICO, 2020). Tingkat konsumsi dan permintaan kopi di Indonesia juga dinilai tertinggi di dunia (Kadata.co.id, 2018).

Faktor kedua, sudah banyak sekali penelitian yang membahas mengenai pemberdayaan yang dilakukan pada petani kopi, tetapi tidak berpengaruh apa-apa terutama terhadap produktivitas dan kesejahteraannya. Seperti yang telah dijelaskan, penelitian mengenai pemberdayaan yang telah dilakukan kurang menekankan pada strategi komunikasi pemberdayaan. Maka dari itu, penelitian yang dilakukan peneliti diharapkan dapat menjadi referensi atau pedoman bagi pemberdayaan petani kopi dengan fokus komunikasi.

Faktor ketiga, kopi merupakan aset bagi perekonomian negara. Kopi menjadi salah satu sumber devisa terbesar. Permintaan kopi baik dari luar atau negeri juga cukup besar. Apalagi dengan budaya minum kopi dan tren *coffee shop* di Indonesia yang semakin menjamur. Keresahan ini diperkuat dengan penelitian dari Neilson, Labaste, & Jaffee (2015, hal. 28) yang dalam penelitiannya memaparkan bahwa, apabila para petani kopi diberi pilihan untuk membudidayakan tanaman, mereka tidak akan memilih kopi. Mereka juga memilih untuk mata pencaharian lain jika memungkinkan. Apabila hal ini berlanjut terus menerus, industri kopi bisa jadi mengalami penurunan bahkan kepunahan.

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana strategi komunikasi dibutuhkan dalam pemberdayaan, peneliti melakukan pra-penelitian. Pra-penelitian dilakukan untuk mengembangkan ide serta mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian (Jain, 2011, hal. 55). Peneliti mengumpulkan data mengenai strategi komunikasi pemberdayaan yang terkait dengan penelitian melalui literatur review. Literatur review adalah proses mendapatkan hasil penelitian melalui analisis tulisan dari penelitian terdahulu (Jain, 2011, hal. 57).

Peneliti memilih petani kopi yang tergabung dalam Koperasi Puntang *Coffee* sebagai subyek penelitian. Berdasarkan hasil yang didapatkan di beberapa media

mainstream mengenai Koperasi Puntang *Coffee*, Joko Widodo (Jokowi), Presiden Republik Indonesia ke-8 dalam berita yang dilansir dari Kumparan, menyebut bahwa kopi Gunung Puntang adalah salah satu yang terbaik di dunia¹⁰. Nama kopi Gunung Puntang pun semakin terkenal setelah mendapat penghargaan di ajang *Specialty Coffee Association (SCAA) of America Expo di Atlanta*, tahun 2016¹¹.

Selain itu, sejalan dengan penelitian yang dilakukan, dalam portal resmi dari Koperasi Puntang *Coffee*, koperasi memiliki Misi “Petani sejahtera, alam pun terjaga”. Menurut yang ditulis dalam *website* tersebut, karena maraknya eksploitasi secara berlebihan terhadap kopi serta petaninya, maka kopi Gunung Puntang memiliki misi untuk memberikan kesejahteraan yang layak bagi para petani. Dalam misinya juga, Koperasi Puntang *Coffee* tidak memandang “kopi” yang dibudidayakan sebagai komoditas yang hanya diperjual-belikan saja, mereka serta-merta harus selalu menjaga kelestarian lingkungan di Gunung Puntang dari eksploitasi yang dapat merusak ekosistem jangka panjang (Puntang Coffee, 2022).

Hal tersebut yang menjadikan Koperasi Puntang *Coffee* disebut istimewa, karena memperhatikan nutrisi yang dibutuhkan oleh tanaman kopi, sehingga kopi Gunung Puntang tumbuh subur dan berkualitas baik¹². Disebutkan bahwa kopi Gunung Puntang juga memiliki cita rasa yang khas dari kopi-kopi lainnya, manis dan asam yang sesuai dengan lidah lokal masyarakat Indonesia. Selain itu, kopi Gunung Puntang juga memiliki rasa yang mirip dengan jambu biji, pisang dan nangka¹³.

Kopi Gunung Puntang tumbuh di ketinggian 1.500 mdpl di Pegunungan Puntang, Desa Pasirmulya, Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat¹⁴. Kopi Gunung Puntang ditanam menyebar di beberapa wilayah selatan Bandung, seperti Kecamatan Cimaung, Banjaran, dan Pangalengan, Kabupaten Bandung. Menurut

¹⁰ <https://kumparan.com/kumparannews/tentang-kopi-gunung-puntang-yang-disebut-jokowi-terbaik-di-dunia/1> diakses pada 09/03/2022 20:21

¹¹ <https://www.puntang.coffee/kopi-gunung-puntang-dari-jawa-barat-juarai-kontes-scaa-di-atlanta-amerika-serikat/> diakses pada 09/03/2022 20:30

¹² <https://akurat.co/mari-mengenal-kopi-puntang-asal-indonesia-termahal-di-dunia>

¹³ <https://kopibara.id/kopi-gunung-puntang-kebanggaan-bandung-dengan-cita-rasa-mendunia/> diakses pada 09/03/2022 20:47

¹⁴ <https://www.titiktemu.co/historia/pr-861354268/java-preanger-secangkir-kopi-dari-jawa-yang-mendunia> diakses pada 09/03/2022 21:01

berita yang dilansir dari Kompas, lahan perkebunan kopi puntang adalah seluas 270 ha dengan 180 petani kopi yang mengelolanya¹⁵.

Berdasarkan hasil pemaparan mengenai kelebihan Koperasi Puntang *Coffee* diatas, maka Koperasi Puntang *Coffee* sangat sesuai dengan latar belakang dan tujuan penelitian ini. Pertama, peneliti akan melakukan wawancara pada pemilik, pengelola, atau pelopor pemberdayaan petani kopi anggota Koperasi Puntang *Coffee*, mereka merujuk pada fasilitator komunikasi pemberdayaan yang berperan sebagai penggerak, pelancar dan pendamping pemberdayaan yang dilakukan. Kedua, peneliti mewawancarai petani kopi anggota Koperasi Puntang *Coffee* yang merupakan jantung dari pemberdayaan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membedah, menggali, dan mencari tahu secara mendalam mengenai peran fasilitator pemberdayaan serta bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan yang dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani kopi Koperasi Puntang *Coffee*. Agar tujuan penelitian dapat dicapai, peneliti akan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat memahami secara luas dan mendalam mengenai situasi kongkret yang ada (Sugiyono P. D., 2015, hal. 15).

Penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara sistematis dan terorganisir. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat menginterpretasikan materi tekstual dari pembicaraan atau perbincangan dan mengeksplorasi fenomena sosial berdasarkan pengalaman subyek yang diteliti (Grossoehme, 2014, hal. 109). Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus digunakan untuk membedah, menyelidiki lebih dalam, menjelaskan fenomena terkait, dan mengumpulkan data secara lebih terperinci mengenai penelitian ini (Harling, 2012, hal. 2-5). Data akan dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi.

Teori yang akan digunakan sebagai dasar dari penelitian ini adalah difusi inovasi. Karena difusi inovasi dalam konteks komunikasi pemberdayaan, memungkinkan mereka untuk memiliki kontrol penuh atas kehidupannya yang

¹⁵ <https://www.kompas.com/food/read/2020/09/13/150500675/berkenalan-dengan-kopi-gunung-puntang-salah-satu-kopi-terbaik-dunia?page=all> diakses pada 09/03/2022 21:17

dapat berdampak pada peningkatan kualitas hidup mereka (Prastyanti, 2013, hal. 64).

1.2 Rumusan Masalah

Untuk menjawab rumusan permasalahan yang telah dipaparkan di latar belakang, peneliti menyusun identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana peran fasilitator dalam komunikasi pemberdayaan yang dilakukan pada petani kopi Gunung Puntang?
- b. Bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan, dapat meningkatkan kesejahteraan petani kopi Gunung Puntang?
- c. Bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan, dapat meningkatkan produktivitas petani kopi Gunung Puntang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menemukan konsep, mengetahui, dan menggali peran fasilitator dalam pemberdayaan, sehingga pemberdayaan dengan fokus komunikasi dapat berlangsung dan strategi komunikasi pemberdayaan yang digunakan dalam meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani kopi. Serta tentang bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan yang efektif yang dapat membantu meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani kopi Indonesia.

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui peran penting Koperasi Puntang *Coffee* sebagai fasilitator dalam komunikasi pemberdayaan yang dilakukan pada anggotanya
- b. Mengetahui dan menggali bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan yang digunakan Koperasi Puntang *Coffee* bisa membantu meningkatkan kesejahteraan petani kopi Indonesia
- c. Mengetahui dan menggali bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan yang digunakan Koperasi Puntang *Coffee* bisa meningkatkan produktivitas petani kopi Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti mengenai Strategi Komunikasi Pemberdayaan Dalam Meningkatkan Produktivitas dan Kesejahteraan Petani Kopi, memiliki manfaat antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap, hasil dari penelitian yang dilakukan dapat menjadi wawasan baru atau referensi bagi pengembangan penelitian khususnya dalam bidang kajian komunikasi pemberdayaan. Penelitian ini supaya dapat menjadi masukan bagi para pembaca. Selain itu, penelitian ini akan memberi pengetahuan baru bahwa dalam melakukan pemberdayaan peran komunikasi begitu penting dan bukanlah hal yang bisa dilupakan. Dalam melakukan pemberdayaan, strategi komunikasi yang akan digunakan dalam pemberdayaan harus direncanakan dan disusun dengan sangat matang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun secara praktis, penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan masukan atau pandangan baru terhadap pembaca. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu juga diharapkan, penelitian ini dapat menjadi acuan apabila ada individu atau kelompok yang ingin mulai melakukan program pemberdayaan untuk tidak lupa menjadikan komunikasi sebagai fokus utama dalam segala program pemberdayaan yang akan dijalankan.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Penelitian ini supaya dapat membantu pemerintah dalam menyusun atau memberikan rekomendasi kebijakan bagi pemerintah maupun instansi terkait untuk lebih memperhatikan perkembangan petani umumnya dan petani kopi khususnya. Karena pada dasarnya, Indonesia merupakan negara agraris dengan para petani sebagai pemegang peran vitalnya.

1.4.4 Manfaat Aksi Sosial

Dalam lingkup Ilmu Komunikasi, penelitian ini supaya dapat memberi inovasi baru bagi peneliti yang ingin memulai dan mendalami konsep terkait peranan ilmu komunikasi. Khususnya, pada bidang komunikasi pemberdayaan.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini terdiri dari lima bagian, sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Secara garis besar, dalam bab ini akan digambarkan mengapa penelitian ini dilaksanakan dan tujuan apa yang ingin dicapai. Bab ini terdiri sub-bab, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisikan dari rujukan-rujukan teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik penelitian. Dalam bab ini peneliti menguraikan pembahasan mengenai komunikasi pemberdayaan, strategi komunikasi pemberdayaan, dan model dalam strategi komunikasi pemberdayaan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini merupakan bagian yang bersifat prosedural, yakni bagian yang mengarahkan peneliti merancang alur penelitiannya dari mulai dalam menyediakan pendekatan penelitian yang diterapkan, instrumen yang digunakan, tahapan pengumpulan data, hingga langkah-langkah analisis data yang dijalankan.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menyampaikan dua hal utama, yakni temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

5. BAB V PENUTUP

Bab V berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.