

KOMUNIKASI PERSUASIF SINARMAS DALAM PROGRAM PEREMAJAAN SAWIT RAKYAT (PSR) DI KECAMATAN KANDIS

By: Rika Pratiwi

Email: Rikapra1305@gmail.com

Counsellor: Ir. Rusmadi Awza, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi-Manajemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12.5 Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63272

ABSTRACT

The Smallholder Oil Palm Rejuvenation Program is a government program in collaboration with oil palm-based companies in Indonesia with the hope of helping the economy of independent smallholders who often experience problems with low oil palm productivity. Kandis Subdistrict is one of the oil palm producing areas that has welcomed the PSR program quite well. However, the community has other problems which are considered to be the source of problems in accelerating the implementation of the people's Oil Palm Rejuvenation program. This study aims to determine how the credibility of the persuader, the channels used, the effects of persuasive communication and the barriers to persuasive communication of Sinarmas.

This study used a qualitative research method with a descriptive approach. This research was conducted in the District of Kandis. The research subjects consisted of nine (9) informants who were selected through purposive sampling technique. While the research data were obtained through the process of interviewing, observation and documentation. While the data analysis techniques used were data collection, data reduction, data presentation and conclusion and verification. To achieve data validity, the authors used participatory extension and triangulation.

The results showed the credibility of the persuader in showing expertise and trust by using a kinship approach and showing it directly during the planting process as is usually done by the core company. Demonstrating good ethics and attitudes will also give a deep impression to the persuadee. Furthermore, there are two persuasive communication messages, namely verbal (clarity and accuracy) and nonverbal (attributes and gestures of the body and voice intonation). In this study the team used personal channels such as in-person or face-to-face socialization, using agent programs to accelerate the dissemination of information about PSR. The next way is to use mass media such as printed media, namely banners, brochures and pamphlets, as well as online media (internet). Furthermore, the effects are divided into three, namely, the cognition effect that is informative for the farming community, then the affective effect is in the form of a feeling of interest in the PSR program after knowing it, the last is the most expected conation effect, namely when the community decides to register their land on the PSR.

Keywords: **Persuasive** **communication,** **PSR,** **Sinarmas.**

PENDAHULUAN

Program replanting merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung industri kelapa sawit berkelanjutan. Kesuksesan para petani merupakan kesuksesan perusahaan. Manfaat yang besar akan didapatkan oleh para petani plasma jika petani sawit bergabung dengan program tersebut. Saat ini kondisi Crude Palm Oil (CPO) relatif rendah dan petani dapat meminimalisir hilangnya pendapatan jika melakukan program peremajaan kelapa sawit. Saat ini, pemerintah daerah Provinsi Riau mencatat sekitar 100.000 hektar kebun sawit rakyat di Riau sudah memasuki masa replanting atau harus ditanam ulang, karena usia pohon sawitnya sudah di atas 25 tahun. Untuk melakukan penanaman ulang ini, pemerintah pusat melalui Kemenko Perekonomian, Kementerian Pertanian, dan Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPD PKS), telah menyiapkan bantuan dana replanting senilai Rp25 juta per hektar kebun sawit yang dimiliki petani. Dikutip dari situs (bisnis.com, 2019 diakses 20 Januari 2020).

Program Peremajaan sawit rakyat sudah mulai dikerjakan pada tahun 2016 dengan target 20.780 ha di 7 provinsi/20 kabupaten. Realisasi yang tercapai sebesar 14.796 ha atau 71,2%. Pada 2018 target ditambah menjadi 185.000 ha yang dikembangkan di 16 provinsi/45 kabupaten, realisasinya hanya sebesar

33.842 ha atau 18, 29%. Serta pada tahun 2019 target yang ingin dicapai sebesar 200.000 ha di 21 provinsi, namun per 25 Juni 2019 realisasinya baru mencapai 20.379 ha atau sebesar 10, 19% (www.bpd.or.id).

PT. Sinar Mas Group, yaitu Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk. Menargetkan selesai meremajakan seluruh tanaman tua di areal perkebunan Riau pada 2027. Tujuan Sinarmas sebagai salah satu perusahaan yang bekerjasama dengan pemerintah adalah untuk memajukan ekonomi masyarakat melalui program Peremajaan Sawit Rakyat yang sudah mulai dikerjakan sejak tahun 2017 di Kecamatan Kandis.

Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak merupakan salah satu Kecamatan yang memiliki potensi tanaman perkebunan kelapa sawit terbesar di seluruh kecamatan yang ada di kabupaten Siak. Faktor-faktor yang mendorong perusahaan melakukan peremajaan adalah dikarenakan usia tanaman yang sudah tidak lagi produktif (usia 25 tahun keatas) dan tanaman kelapa sawit yang masih muda tapi salah menggunakan bibit. Peneliti menggunakan faktor yang pertama, yaitu tanaman sudah tidak produktif, dikarenakan petani yang paling banyak mengikuti peremajaan adalah petani yang tanaman kelapa sawitnya sudah berusia 25 tahun keatas yang membuat produksinya menjadi rendah dan tentu saja akan berdampak pada

pendapatan petani. Kondisi yang terjadi saat ini banyak dari petani kelapa sawit yang enggan melakukan peremajaan dikarenakan berbagai permasalahan, faktor, dan kondisi. Permasalahan tersebut diantaranya permodalan, terbatasnya kemampuan petani, kurangnya dukungan pemerintah terhadap petani kelapa sawit. Faktor utama adanya jeda waktu yang panjang antara proses pembibitan sampai pada proses buah kelapa sawit siap dipanen.

Menurut (Widjaja 2010: 66) istilah persuasi itu diambil dari istilah bahasa Inggris "*persuasion*" yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya. Secara umum persuasi dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk mengubah sikap melalui penggunaan pesan, berfokus terutama pada karakteristik komunikator dan pendengar. Salah satu bentuk dari komunikasi persuasif yang dilakukan Sinarmas adalah dengan melakukan sosialisasi. Sosialisasi dimaksudkan untuk menyebarkan informasi kepada pekebun, kelompok tani, gapoktan, koperasi atau kelembagaan ekonomi pekebun lainnya serta kepada petugas atau aparatur, pemangku kepentingan terkait pelaksanaan peremajaan. Dari pengamatan peneliti setelah membaca beberapa jurnal peneliti telah menemukan teori yang relevan dengan penelitian yang diteliti, yaitu Model Applebaum dan Anatol. Dalam model tersebut membahas beberapa aspek penting yaitu sumber, penerima, pesan, saluran, umpan balik, waktu dan

Environment, sesuai dengan identifikasi penulis yang membahas empat aspek yaitu kredibilitas komunikator, pesan komunikasi, saluran komunikasi persuasi serta efek komunikasi persuasi.

Kredibilitas seorang komunikator merupakan hal yang sangat penting dalam proses persuasif. Kredibilitas adalah persepsi *persuadee* tentang diri *persuader* yang berkaitan dengan tingkat keahlian, dapat dipercaya, kompetensi, dinamisme, sosiabilitas, dan karismatik. Masyarakat selaku komunikan akan menerima pesan apabila komunikator dapat menyampaikan pesan sesuai dengan pengetahuan masyarakat. Komunikator harus menyampaikan pesan yang tepat agar dapat terjadi perubahan yang diharapkan dari masyarakat. Media atau channel yang dipilih oleh komunikator juga akan mempengaruhi proses dari penyampaian pesan persuasi. Sastropoetro 1988 dalam (Ezi, 2019) menyatakan efek adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat menerima pesan melalui proses komunikasi.

Persuasif akan di nilai berhasil jika masyarakat mengubah perilaku mereka dan memberikan respon yang positif terkait program yang sedang dijalankan tersebut. Maka dari itu, untuk mengetahui bagaimana proses komunikator dalam membujuk masyarakat agar lebih peduli terhadap pengelolaan kelapa sawit melalui kredibilitas, pesan dan saluran yang dipilih sehingga mampu mengurangi

angka perkebunan secara swadaya, penulis ingin meneliti bagaimana komunikasi persuasif yang sudah dilakukan perusahaan Sinarmas dalam mengubah masyarakat sehingga masyarakat memilih untuk tergabung ke dalam program ini dan ikut mensukseskan perekonomian melalui program Peremajaan Sawit Rakyat.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Komunikasi Persuasif Sinarmas dalam Program Peremajaan Sawit Rakyat (PSR) di Kecamatan Kandis”.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Persuasif

Edwin P. Bettinghaus dalam (Hendri, 2019: 66) menitik beratkan pada proses komunikasi yang menggugah kesadaran penerima pesan. Dengan kata lain, agar bersifat persuasif, komunikasi harus mengandung upaya yang dilakukan oleh seseorang dengan sadar untuk mengubah perilaku orang lain atau sekelompok orang dengan menyampaikan beberapa pesan.

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan sesuai harapan, strategi harus mencerminkan operasional taktis. Langkahnya ialah menyusun dengan cermat menentukan siapa sasaran, pesan yang disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaian pesan, serta apa

waktu yang digunakan cukup tepat. Jika merujuk definisi persuasi, langkah-langkah itu sudah cukup karena komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian informasi pada pihak lain dengan cara membujuk untuk mempengaruhi sikap dan emosi *persuadee* melalui langkah-langkah yang terencana dan terstruktur.

Unsur-unsur Komunikasi Persuasif

Unsur-unsur komunikasi persuasif tidak ada bedanya dengan unsur-unsur komunikasi secara umum. Untuk itu, dalam pembahasan ini akan menekankan pada tiga unsur saja, yakni komunikator (sumber), pesan dan komunikan.

1. Sumber

Sumber sering disebut juga pengirim (*sender*), pembicara (*speaker*), komunikator (*communicator*). Dalam komunikasi persuasif disebut “*persuader*”, yaitu orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun non verbal. Fungsi komunikator adalah menyediakan sumber informasi, meyarung dan mengevaluasi informasi ini ke dalam suatu bentuk yang cocok bagi kelompok penerima informasi sehingga kelompok akan memahami isi informasi tersebut.

2. Pesan

Pesan adalah informasi yang dioperkan antara sumber dan penerima. Terdapat dua bentuk pesan, yaitu verbal dan nonverbal. Pesan verbal adalah

produk dari pengertian sumber komunikasi ke dalam bahasa, baik secara lisan maupun tulisan. Sedangkan pesan nonverbal adalah termasuk ekspresi wajah, gerakan tubuh, sinyal, tanda-tanda lalu lintas, seperti lampu merah, kuning, hijau dan lain-lain. Dalam menyajikan pesan persuasif dapat dilakukan dengan melihat tujuannya, yakni menarik perhatian, meyakinkan, menyentuh dan menggerakkan.

3. Saluran Komunikasi Persuasif

Saluran komunikasi merupakan jaringan yang efektif menghubungkan sumber dan penerima dalam struktur komunikasi. Secara umum ada dua saluran komunikasi tatap muka (*face to face communication*) dan komunikasi bermedia (*mediated communication*).

4. Efek Penerapan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif memiliki efek yang sama dengan bentuk komunikasi lainnya, yaitu: Efek kognitif, merupakan akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek afektif, merupakan sebuah efek setelah menerima informasi yaitu berupa perasaan setelah mengetahui informasi yang diterima, komunikan diharapkan dapat merasakannya. Efek konatif, efek ini merupakan efek yang paling di harapkan karena berbentuk perilaku, tindakan dan kegiatan. Efek konatif tidak langsung timbul sebagai akibat terpaan media massa, melainkan didahului oleh efek kognitif dan efek afektif. Dengan kata lain, timbulnya efek

konatif setelah muncul kognitif dan afektif.

Peremajaan Sawit Rakyat

Peremajaan atau replanting, merupakan suatu istilah yang banyak dan umumnya dikenal untuk komoditas perkebunan, secara umum peremajaan diartikan sebagai kegiatan penanaman kembali tanaman perkebunan yang telah memasuki masa produksi yang tidak ekonomis lagi. Sehubungan dengan hal tersebut, muncul beberapa pertanyaan mulai dari : 1). kapan dan kondisi bagaimana perkebunan kelapa sawit tersebut perlu segera diremajakan; 2). sebaiknya sejak umur berapa tahun telah dimulai usaha-usaha untuk melakukan peremajaan; 3). berapa besar dan bagaimana memperoleh biaya yang dibutuhkan; 4). teknik apa yang sebaiknya digunakan; 5). dari mana petani memperoleh penghasilan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya selama proses peremajaan (belum menghasilkan) berlangsung, dan; 6). yang tak kalah pentingnya memilih jenis/varietas yang bermutu, dimana mendapatkannya serta harga yang “layak”.

Untuk meremajakan satu ha kelapa sawit, biaya yang dibutuhkan cukup besar. Menurut Basyara (2016), total biaya yang diperlukan untuk meremajakan kelapa sawit rakyat di Provinsi Riau, sampai kelapa sawit tersebut menghasilkan (4 tahun) berkisar antara Rp 65 juta per ha – Rp 75 juta per

ha, biaya terbesar dibutuhkan pada tahun pertama, antara Rp 15 juta – Rp 17 juta per ha.

Terakhir, untuk memperlancar program peremajaan kelapa sawit rakyat, kementerian pertanian telah merampungkan Peraturan Pertanian (Permentan) tentang Program Peremajaan kelapa sawit rakyat (milik petani), dan siap disosialisasikan. Dalam Permentan Tersebut dinyatakan bahwa petani yang berhak mendapatkan dana replanting dari Badan Pengelola Dana Perkebunan harus memenuhi kriteria sebagai berikut: 1). Harus tergabung dalam kelompok tani atau petani swadaya tidak masuk dalam kelompok tani, namun menjadi anggota koperasi; 2). Kelapa sawit harus sudah berumur di atas 25 tahun.

Perilaku

Perilaku merupakan wujud dari sebuah kebutuhan. Perilaku dikatakan wajar apabila ada penyesuaian diri yang harus disama ratakan dengan peran manusia sebagai individu, sosial dan berketuhanan. Perilaku adalah sebuah gerakan yang dapat diamati dari sudut pandang yang amat luas, seperti contoh orang yang sedang berjalan, berpikir dan lain sebagainya. Perilaku juga dapat berubah ketika seorang manusia itu memiliki pengalaman, dan ilmu serta tujuan hidup. Hal ini dapat mempengaruhi perilaku manusia itu sendiri untuk menjadi individu yang baik.

Perilaku dapat diberi batasan sebagai suatu tanggapan individu terhadap rangsangan yang berasal dari dalam maupun dari luar diri individu tersebut. Secara garis besar (Marwuri, 2016) mengungkapkan bentuk-bentuk perilaku, yaitu :

1. Perilaku pasif (respons internal)

Perilaku ini adalah perilaku yang masih tertutup, terjadi dalam diri individu dan tidak dapat diamati secara langsung. Perilaku ini sebatas belum ada tindakan yang nyata. Contohnya: berpikir, berfantasi, berangan-angan.

2. Perilaku Aktif (respons eksternal)

Perilaku ini adalah perilaku yang sifatnya terbuka. Perilaku aktif dapat diamati secara langsung karena berupa tindakan yang nyata. Contohnya, mengerjakan ujian, membaca buku, dan lain sebagainya (Marwuri, 2016).

Model Applebaum dan Anatol

Model komunikasi Persuasif Applebaum dan Anatol Ronald L. Applebaum dan Karl W.E Anatol (dalam Soemirat dkk, 2008: 2.6) membuat sebuah model yang idela maupun lengkap. Model pada dasarnya adalah merefleksikan kepentingan tertentu dengan asumsi-asumsi kita. Jadi dengan membuat model, kita dapat mengilustrasikan bentuk dan unsur-unsur persuasif sehingga kita dapat melihat lebih jelas bagaimana operasi yang terjadi dalam kejadian atau peristiwa persuasif. Selain itu, juga berfungsi sebagai alat pelajaran dan penguat yang efektif,

membentuk hubungan yang baru, membantu dalam menelaah berbagai persoalan yang dihadapi, menentukan suatu cara-cara yang baru, alat kerangka berfikir dalam penelitian, menolong dalam mengantisipasi berbagai kesulitan dan masalah pekerjaan, serta berbagai urusan yang dihadapi.

Model komunikasi persuasif Applebaum dan Anatol yang melukiskan mekanisme persuasif antara dua orang yang sedang terlibat komunikasi di atas (Soemirat dkk., 2007: 2.6) menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dipengaruhi oleh aspek-aspek Source/Sumber, Receiver/Penerima, Message/Pesan, Channel/Saluran, Feedback/Umpan Balik, Time/Waktu dan Environment.

Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini menggambarkan realita kebun sawit milik petani swadaya di Kecamatan Kandis sudah memasuki usia replanting atau usia yang sudah tidak lagi produktif. Wilayah kecamatan Kandis merupakan wilayah konsesi dari salah satu anak perusahaan Sinarmas yaitu PT. Ivomas Tunggal. Sinarmas memiliki tanggung jawab pada kecamatan Kandis dengan memperkenalkan dan menjalankan program Peremajaan Sawit Rakyat (PSR

Untuk mengubah perilaku masyarakat yang sebelumnya melakukan pengelolaan secara swadaya dibutuhkan upaya persuasi atau membujuk masyarakat agar mau mengembangkan perkebunan kelapa sawit rakyat dengan

melakukan penggantian tanaman tua atau tidak produktif dengan tanaman baru sesuai dengan prinsip-prinsip *Good Agricultural Practices* (GAP). Pembentukan program ini dilatarbelakangi oleh permasalahan produktivitas perkebunan sawit rakyat yang rendah sehingga berdampak pada pendapatan pekebun sawit. Program PSR yang telah dilaksanakan sejak tahun 2017 ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas sawit rakyat dari 3 ton/ha menjadi 7-8 ton/ha serta meningkatkan kesejahteraan pekebun sawit Indonesia.

Peneliti dalam penelitian ini mengacu pada model komunikasi persuasi Applebaum dan Anatol. Model komunikasi persuasif Applebaum dan Anatol menjelaskan bahwa peristiwa persuasi terdiri dari periode dan waktu yang spesifik dan sedikitnya terdiri dari dua orang. Model komunikasi Applebaum dan Anatol memiliki aspek-aspek berupa *source* (sumber), *receiver* (penerima), *message* (pesan), *channel* (saluran), *feedback* (umpan balik), *time* (waktu) dan *environment* (lingkungan). Tiap aspek ini akan berkaitan satu dengan lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian meliputi kredibilitas persuader, pesan persuasi, saluran persuasi dan efek komunikasi persuasi yang dilakukan Sinarmas melalui program PSR.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif, yaitu

penelitian yang bertujuan membuat deskripsi atau fenomena sosial/alam secara sistematis, faktual dan akurat (Wardiyanta, 2006).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kandis dan dalam waktu selama bulan Juli 2020. Pemilihan lokasi adalah karena Kandis memiliki lahan kelapa sawit terluas yang ada di Kabupaten Siak.

Subjek dan Objek Penelitian

Teknik penentuan informan yang penulis gunakan adalah teknik penentuan informan yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu *purposive sampling*, maka dalam penelitian ini penulis memilih beberapa informan berdasarkan kriteria, diantaranya:

1. Perusahaan Sinarmas

Adapun dalam penelitian ini informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Di dalam penelitian ini menggunakan 5 (empat) informan, yaitu *Field Coordinator*, *Field Officer*, Asisten Agronomi, Ketua Koperasi.

2. Masyarakat Petani Swadaya

Dalam penelitian ini penulis menjadikan 4 (empat) masyarakat petani di Kecamatan Kandis sebagai informan yaitu, Bapak Supranoto, Bapak Selamat Eka, Bapak Sobihin dan Bapak Suwarno.

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah segala sesuatu permasalahan yang hendak diteliti (Alwailah, 2002:115). Sedangkan objek dalam penelitian ini berkaitan dengan fokus peneliti yakni mengenai komunikasi persuasif Sinarmas Program Peremajaan Sawit Rakyat di Kecamatan Kandis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kredibilitas Komunikator

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti di lapangan, maka untuk menjadi *persuader* dalam pelaksanaan program PSR ini memiliki beberapa kriteria yaitu harus memiliki keahlian dan kepercayaan.

a. Keahlian

Para tim pelaksana program PSR sudah memiliki bekal pengetahuan yang mereka dapatkan dari perusahaan dan juga pemerintah. Seperti *Funding Officer* serta Koperasi Sawit Kandis Sejahtera telah melakukan pelatihan khusus mengenai program PSR. Pelatihan yang dimaksud oleh Bapak Japius seperti mengadakan disukusi dengan pimpinan dan biasanya diadakan di Sungai Rokan juga Kantor pusat yang ada di Jakarta dan dilaksanakan setiap 2 kali dalam satu tahun.

Selain mengikuti pelatihan tim pelaksana program merupakan karyawan yang sudah lama bekerja di perusahaan Sinarmas. Pengalaman kerja yang

dimiliki dapat menggambarkan tingkat penguasaan pengetahuan serta keterampilan seseorang dalam pekerjaannya yang dapat diukur dari masa kerja dan dari tingkat pengetahuan serta keterampilan yang dimiliki oleh tim pelaksana. Selanjutnya untuk meningkatkan keahlian tim pelaksana program juga mengadakan rapat koordinasi dengan pimpinan yang rutin diadakan setiap minggu.

b. Kepercayaan

Tim pelaksana program PSR tidak serta merta datang dan langsung menjelaskan mengenai PSR, tetapi terlebih dahulu melakukan pendekatan kekeluargaan dan menciptakan suasana keakraban antara tim pelaksana dengan masyarakat petani swadaya. Pendekatan tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi tim pencari lahan juga akan melakukan pendekatan tidak langsung yaitu melalui telepon atau Whatsapp, dan juga melakukan koordinasi dengan perangkat desa sekaligus meminta persetujuan untuk melakukan sosialisasi.

Selain itu, perusahaan tidak memberikan janji-janji tertentu, misalnya perusahaan mengatakan akan memperkerjakan keluarga petani yang bergabung di PSR, maka hal tersebut benar dilaksanakan. Selanjutnya perusahaan akan memberikan contoh langsung kepada masyarakat. Petani juga akan diajak untuk melakukan studi banding ke lahan PSR yang sudah jadi atau sudah ditanam selama seperti yang

ada di Libo Jaya dan Kampar. Selain itu, hal penting lainnya agar dapat di percaya oleh masyarakat, *persuader* harus memiliki sikap dan etika yang baik, jujur dan tidak menekan-nekan masyarakat.

Pesan Komunikasi Persuasif

Pesan yang disampaikan oleh Sinarmas terbagi menjadi pesan verbal dan pesan nonverbal. Isi pesan pertama yang disampaikan adalah:

Dana hibah, merupakan dana yang diberikan oleh BPDPKS sebesar 30 juta/hektar. Bibit bersertifikat, Sinarmas pada saat sosialisasi memberikan tawaran kepada petani yaitu dengan menggunakan bibit Damimas yang sudah terpercaya dan tentunya sudah memiliki sertifikat sebagai bibit unggul. Syaratnya yang mudah, pemerintah telah memangkas 14 syarat menjadi 8 syarat. Menjadi petani dengan standar perkebunan yang baik. Suku bunga bank rendah, Bank mitra yang memiliki suku bunga rendah sebesar (7%) bagi petani yang akan melakukan kredit. Bantuan tanaman tumpang sari berupa bibit jagung. Sistem *Full Minutes*, dimana segala pekerjaan dilakukan oleh Sinarmas. Memberikan contoh-contoh, pada saat sosialisasi berlangsung tim pelaksana akan menunjukkan video atau foto.

Pesan Nonverbal

Salah satu contoh pesan non verbal yang dilakukan oleh perusahaan Sinarmas adalah mereka selalu berkomunikasi dengan terlebih dahulu melakukan pendekatan untuk

menciptakan suasana keakraban, ramah, dan juga menjaga intonasi suara (rendah) serta gesture tubuh yang menunjukkan perilaku sopan. Saat bertemu pertama kali dengan masyarakat tim pelaksana akan bersalaman dan mencium tangan masyarakat yang dianggap lebih tua dengan tujuan sebagai bentuk dari rasa menghormati dan sayang kepada orang yang lebih tua. Selain itu tim pelaksana PSR selalu menggunakan seragam kantor serta alat safety saat turun ke lapangan untuk menunjukkan identitas mereka bahwa mereka adalah orang perusahaan. Hal itu dilakukan agar menambah kepercayaan diri tim pelaksana dan juga sebagai bentuk untuk menarik minat masyarakat.

Saluran Komunikasi Persuasif

Saluran pertama yang digunakan oleh perusahaan Sinarmas yang pertama adalah personal yaitu secara langsung atau tatap muka dengan masyarakat. Komunikasi secara langsung ini dilakukan dengan memberikan pemahaman dan informasi kepada masyarakat mengenai solusi dari permasalahan yang sering dihadapi oleh petani kelapa sawit dan memperkenalkan keunggulan-keunggulan yang akan dirasakan oleh petani ketika mengikuti program PSR yang bermitra dengan perusahaan Sinarmas. Selain saluran komunikasi secara tatap muka, saluran komunikasi personal secara WOM (*word of mouth*) juga mengambil peran penting. Selanjutnya adalah saluran non personal, yaitu saluran yang menggunakan media massa. Media massa yang dipilih oleh

Sinarmas adalah melalui media cetak dan media online. Media cetak yang digunakan adalah brosur dan spanduk. Selain itu Sinarmas juga menggunakan media online seperti Facebook, Youtube dan Whatsapp.

Efek Komunikasi Persuasif

a. Efek Kognisi

Perubahan sikap pada masyarakat terjadi pada saat masyarakat melihat dan mendengar apa yang disampaikan oleh tim pelaksana program PSR pada saat sosialisasi yang membahas tentang bagaimana program PSR dapat membantu petani dalam mengatasi permasalahan perkebunan, selain itu masyarakat petani swadaya juga mengamati pesan yang disampaikan serta membenarkan dan menganggap informasi tersebut bermanfaat bagi masyarakat khususnya para petani kelapa sawit.

b. Efek Afeksi

Masyarakat menunjukkan sikap ketertarikan akan program PSR dengan memberikan respon positif terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh *persuader*. Masyarakat yakin bahwa program ini akan berhasil bila benar-benar diterapkan sesuai dengan prosedur yang ada.

c. Efek konasi

Masyarakat petani swadaya sebelum adanya program PSR cenderung membuka lahan dan mengelolanya secara pribadi. Namun, setelah mengetahui adanya program PSR sejak tahun 2016, masyarakat mulai berangsur-angsur melakukan penanaman ulang bagi kebun

sawitnya yang sudah tua dan tidak optimal lagi dalam hal produktivitas sehingga perlu melakukan replanting melalui peremajaan sawit rakyat yang merupakan sebuah program pemerintah yang mendukung keberlanjutan kelapa sawit petani. Dengan demikian, efek yang terjadi dari komunikasi persuasif yang dilakukan oleh perusahaan Sinarmas dapat dikatakan cukup berhasil. Hal itu dapat dilihat jumlah lahan pada tahap I seluas 245,37 ha dan pada tahap II seluas 515,47 ha yang sudah diremajakan.

KESIMPULAN

1. Pesan verbal yang disampaikan Sinarmas meliputi kejelasan, kelugasan dan ketepatan. *Persuader* memberikan informasi mengenai dana hibah, bibit bersertifikat, syaratnya mudah, bantuan bibit tumpang sari, kredit dengan suku bunga bank yang rendah, sistem full minutes, memberikan contoh dan menjadi petani dengan standar perkebunan yang baik. Kelugasan, tim pelaksana menggunakan kalimat “cepat gabung, cepat untung”. Ketepatan, penyampaian pesan dari *persuader* menggunakan bahasa lokal dan penggunaan kata yang sederhana agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan tepat oleh masyarakat. Penggunaan pesan nonverbal oleh Sinarmas berbentuk atribut, gerak tubuh, dan juga intonasi suara saat berkomunikasi dengan masyarakat.

2. Dalam penelitian ini tim menggunakan saluran personal seperti sosialisasi secara langsung atau tatap muka, menggunakan program agen juga dilakukan untuk mempercepat penyebaran informasi mengenai PSR. Cara selanjutnya adalah dengan menggunakan media massa seperti media cetak yaitu spanduk, brosur dan pamflet, dan juga media online (internet) seperti Facebook, Youtube.
3. Efek terbagi menjadi tiga yaitu, efek kognisi yang bersifat informatif bagi masyarakat petani, selanjutnya adalah efek afeksi yaitu berupa perasaan-perasaan tertentu, masyarakat petani memperlihatkan rasa ketertarikan kepada program PSR setelah mengetahuinya, yang terakhir adalah efek konasi yang paling diharapkan, yaitu berupa perubahan untuk berperilaku sesuai dengan keinginan *persuader*. Masyarakat memutuskan untuk mengikuti program PSR setelah mengikuti proses sosialisasi yang dilakukan oleh tim pelaksana. Keputusan tersebut menunjukkan keberhasilan dari komunikasi persuasi yang dilakukan oleh Sinarmas pada masyarakat di Kecamatan Kandis.

SARAN

1. Kredibilitas *persuader* sudah dapat dikatakan baik melihat pengalaman-pengalaman yang sudah dimiliki sebelumnya oleh tim pelaksana

program PSR. Dan juga masyarakat sudah memberikan kepercayaan kepada *persuader*. Akan tetapi, lebih baik jika sosialisasi secara formal lebih sering dilaksanakan ketika masa pandemi ini berakhir, tujuannya agar masyarakat tidak melupakan begitu saja program ini dan melaksanakannya dengan tidak serius.

2. Untuk isi pesan yang ada di Brosur, pesan diharapkan bisa lebih kreatif dan lugas yang diucapkan secara langsung atau tidak langsung semacam jargon. Hal ini agar masyarakat lebih mudah mengingat perihal program PSR.
3. Penggunaan saluran seperti media cetak sudah cukup efektif, akan tetapi penggunaan media sosial akan lebih baik jika dibuat akun resmi khusus program PSR untuk Kecamatan Kandis dengan menampilkan foto atau gambar serta video dari lahan sawit yang sudah melakukan PSR. Sehingga bagi masyarakat yang memiliki kemampuan untuk mengakses internet akan memudahkan mereka dalam mencari informasi terkait PSR.
4. Sebaiknya masyarakat lebih aktif dalam mencari informasi mengingat program PSR ini adalah program pemerintah yang tujuannya adalah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Sehingga baik dari tim pelaksana ataupun masyarakat itu sendiri seharusnya memiliki

koordinasi yang baik dalam mencapai tujuan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aristyavani, Inadiya. 2017. *Persuasi Komunikasi dan Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Calpulis.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hendri, Ezi. 2019. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi* (A. Holid (ed.) Pertama. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Roudhonah. 2019. *Ilmu Komunikasi*. Depok. PT. Raja Grafindo Persada.

Skripsi:

- Bagasatu, Lintang Arum. 2018. *Komunikasi Persuasif PT. Bumi Mekar Hijau Dalam Mengurangi Kebakaran Hutan Desa Riding Sumatera Selatan Melalui Program Desa Makmur Peduli Api (DMPA)*. Pekanbaru: Universitas Riau
- Polani, Dika Assyifa. 2018. *Komunikasi Persuasif Aksi Cepat Tanggap (ACT) Regional Riau Dalam Membantu Korban Bencana Alam Di Indonesia Melalui Kegiatan Penggalangan Bantuan*. Pekanbaru: Universitas Riau.

Berita Online :

- Bisnis.com. (2019). *Perusahaan Sawit Bantu Lestarikan Kebun Rakyat*.
<https://sumatra.bisnis.com/read/20191031/534/1165256/perusahaan-sawit-bantu-lestarikan-kebun-rakyat> [diakses 20 Januari 2020].
- Sari. (2017). *Sinar Mas Selesaikan Peremajaan Kebun Sawit di Riau 2027 - Ekonomi Bisnis*.Bisnis.Com.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20170914/99/689686/sinar-mas-selesaikan-peremajaan-kebun-sawit-di-riau-2027>.