

**JURNAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENERAPAN STANDAR INDIKASI  
GEOGRAFIS KOPI ROBUSTA**

(Studi Tentang Strategi Komunikasi Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan  
Kabupaten Temanggung dalam Penyampaian Pesan Penerapan Standar Indikasi  
Geografis Kepada Petani Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung Tahun 2020)



Oleh,

**Andi Kurniawan**

**D0216014**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**2020**

# **STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENERAPAN STANDAR INDIKASI GEOGRAFIS KOPI ROBUSTA**

(Studi Tentang Strategi Komunikasi Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung dalam Penyampaian Pesan Penerapan Standar Indikasi Geografis Kepada Petani Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung Tahun 2020)

**Andi Kurniawan**

**Hamid Arifin**

**Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

*Coffee is one of the main commodities export plantation products in Indonesia. This requires that each region has good coffee quality standards and distinctive flavors, one of which is in Temanggung Regency. As the largest supplier of coffee in Central Java, the government encourages Temanggung Robusta coffee farmers to apply Geographical Indication Standards. This needs to be done in order to maintain the standards quality of coffee, starting from the processing of coffee beans, to maintaining the quality and taste of coffee as stipulated in the Geographical Indication Requirements Book. This study aims to explain the communication strategy activities carried out by the Department of Agriculture and Food Security of Temanggung Regency in delivering messages on the application of Geographical Indication Standards to Robusta coffee farmers in Temanggung Regency.*

*This research was conducted in October-November 2020 with a qualitative research method with descriptive research type with the technique of determining the number of sources. While the data collection technique is done by interview, observation, and documentation.*

*To deliver the Standard Geographical Indication message, Dintanpangan Temanggung has defined the communicator, were the Head of the Plantation Sector, the Head of the Section, Implementer of the Plantation section, and the Extension Officer. The main targets of delivering messages on the Application of the Geographical Indication Standards are Robusta coffee farmers, coffee farmers who have not applied the Geographical Indication Standards, Farmer Groups, Women Farmers' Groups (KWT), and related stakeholders. The message conveyed are about cultivation, harvest and post-harvest techniques. As well as the media used are direct media, print media, and electronic media.*

**Keywords: Communication Strategy, Geographical Indication Standards, Robusta Coffee**

## Pendahuluan

Mengutip dari website Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional dalam Perundingan Kopi Internasional International Coffee Organization (ICO), Indonesia berada di peringkat keempat dunia dalam produksi kopi, setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia (Direktorat Jendral Perundingan Perdagangan internasional, <http://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/apec-oi/organisasi-komoditi-internasional/ico>, akses 11 Juni 2020).

Di Indonesia terdapat beberapa wilayah yang merupakan sentra produksi kopi, salah satunya Kabupaten Temanggung yang menjadi daerah produksi Kopi Robusta terbesar di Provinsi Jawa Tengah. Kopi Robusta maupun arabika Kabupaten Temanggung memiliki ciri dan karakter yang khas, yaitu aroma yang lebih harum dibanding Kopi Robusta dari daerah lain. Sedangkan kopi arabika daerah Temanggung, juga tidak kalah dengan cita rasanya yang khas dan tidak ditemukan pada cita rasa kopi dari daerah lain, yaitu rasa asam yang tertinggal lama di mulut.

Kabupaten Temanggung menyumbang hampir 40% produksi Kopi Robusta di Provinsi Jawa Tengah. Data sensus Tahun 2015 mengenai produksi kopi robusta Jawa Tengah dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Produksi Kopi Robusta Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah (ton), 2015

No	Kabupaten	Luas Lahan (Ha)	%	Jumlah Produksi (ton)	%
1	Temanggung	9.561,55	29,23	7.536,49	40,726
2	Semarang	3.446,51	10,54	1.424,00	7,695
3	Kendal	2.860,41	8,74	1.350,61	7,298
4	Jepara	2.254,78	6,89	1.272,91	6,879
	<b>Total</b>	18.123,25	55,4	11.584,01	62,598
		<b>32.712,43</b>	<b>100</b>		
	<b>Total Jawa Tengah</b>			<b>18.505,39</b>	<b>100</b>

Sumber : BPS Jawa Tengah 2015 (Diolah dari Data Sensus Perkebunan Tahun 2015)

Kopi Robusta Temanggung telah terdaftar dalam standar indikasi geografis Kementerian Hukum dan HAM dengan Nomor Pendaftaran ID G 000000053 pada tahun 2016. Menurut Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan. Tanda yang digunakan sebagai Indikasi Geografis dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut (Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, <https://dgip.go.id/pengenalan-indikasi-geografis>, akses pada 14 Desember 2020).

Penerapan Standar Indikasi Geografis menjadi sebuah kewajiban untuk menjaga mutu dan standar kopi mulai dari produksi, proses pengolahan biji kopi, hingga penjagaan mutu dan cita rasa kopi sesuai dengan yang ditetapkan dalam buku Persyaratan Indikasi Geografis. Buku tersebut memuat informasi tentang kualitas dan karakteristik khas yang dapat digunakan untuk membedakan barang dengan kategori sama. Buku Persyaratan Indikasi Geografis juga menguraikan secara terinci produk Indikasi Geografis yang akan didaftarkan, yang mencakup nama Indikasi Geografis, nama barang, uraian karakteristik, lingkungan geografis, batas daerah dan/atau peta wilayah, sejarah, proses produksi, metode pengujian kualitas barang, label yang digunakan, serta rekomendasi instansi berwenang.

Pada dasarnya penerapan Standar Indikasi Geografis dilakukan untuk melindungi produk kopi, meningkatkan posisi tawar produk, meningkatkan nilai tambah, meningkatkan lapangan kerja, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan produksi, meningkatkan peluang diversifikasi produk, serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani Kopi Robusta. Perlindungan Indikasi Geografis merujuk pada kopi HS, kopi ose, kopi sangrai, dan kopi bubuk yang dihasilkan dari Kopi Robusta Temanggung.

Standar Indikasi Geografis merupakan sebuah penetapan karakteristik-karakteristik mutu produk yang khas, unik, dan tampil beda yang terindikasi karena pengaruh faktor geografis. Hal ini bermaksud untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah dari hasil budidaya petani kopi, untuk mendapatkan pengakuan atas mutu dan kekhasan produk kopi. Penetapan Standar Indikasi Geografis juga sebagai suatu cara untuk melestarikan tradisi produksi kopi disuatu daerah, hal ini dikarenakan Indikasi Geografis memegang peranan penting untuk menarik minat konsumen dengan cara memberikan nilai tambah pada produk ini, yaitu adanya kepastian kepada konsumen untuk mengkonsumsi produk lokal, yang berasal dari kawasan khusus dengan metode produksi yang tersendiri.

Menurut Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung (2017) jumlah petani Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung adalah 34.400 petani. Beberapa petani kopi di Kabupaten Temanggung tergabung dalam Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Robusta Temanggung (MPIG-KRT) yang merupakan masyarakat petani kopi Robusta yang tumbuh atas dasar persamaan visi dan misi untuk melakukan, menjaga produksi dan mutu produk kopi Robusta Temanggung sekaligus untuk mengusulkan perlindungan terhadap produk yang dihasilkan sebagai produk berindikasi geografis sehingga diharapkan mampu bersaing di pasar global. Permohonan ini didukung oleh Bupati Temanggung, Bappeda Kabupaten Temanggung, Badan Pelaksana Penyuluhan Kabupaten Temanggung serta Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten Temanggung. MPIG-KRT beranggotakan 172 sampai Tahun 2018 dengan jumlah keanggotaanya yang masih tetap (Persyaratan IG-KRT, 2015). Namun apabila dibandingkan dengan jumlah petani yang belum tergabung dalam MPIG-KRT jumlah tersebut masih sangat sedikit.

Masih sedikitnya petani yang tergabung dalam MPIG-KRT menjadi salah satu penyebab belum diterapkannya Standar Indikasi Geografis Kopi Robusta Temanggung, karena hal ini menghambat sosialisasi dan penyampaian pesan kepada seluruh petani kopi Robusta di Kabupaten Temanggung. Apabila melihat permasalahan tersebut tersebut perlu dilakukan penelitian guna pengecekan mengenai strategi komunikasi dari Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan

Kabupaten Temanggung mengenai penyampaian pesan Standar Indikasi Geografis Kopi Robusta Temanggung.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung dalam penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis kepada petani Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung?” Pertanyaan mengenai strategi ini meliputi:

1. Apa saja aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung dalam penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis kepada petani Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung?
2. Mengapa aktivitas tersebut dilakukan oleh Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung dalam penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis kepada petani Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung

### **Kajian Teori**

#### **1. Komunikasi**

Komunikasi atau *communication* menurut Mulyana (2010:46) berasal dari kata dalam bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (to make common). Sedangkan Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid menuturkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu dengan lainnya, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2013:33). Lawrence D. Kincaid (dalam Cangara, 2013:33) juga menjelaskan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Terjadinya proses komunikasi dipengaruhi oleh beberapa elemen atau unsur (Cangara, 2013:34), yaitu sumber, pesan, penerima, saluran/*channel*,

efek, umpan balik, dan lingkungan atau situasi lingkungan. Selain itu, Effendy (2005:43) menjelaskan ada tiga tujuan dari komunikasi, antara lain :

- a. Persuasif; ajakan agar gagasan atau pesan dapat diterima baik oleh komunikan, atau tidak menggunakan unsur pemaksaan dalam penyampaian pesan.
- b. Memahami orang lain; diibaratkan kita adalah seorang pejabat atau pimpinan yang harus mengetahui benar aspirasi dari masyarakat tentang apa yang diinginkannya, tidak mengesampingkan kemauan sendiri atau egois.
- c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu; salah satu tujuan utama komunikasi adalah dapat mempengaruhi pikiran atau perasaan orang lain sehingga orang tersebut melakukan apa yang kita inginkan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki tujuan untuk memberikan pengertian serta informasi kepada penerimanya (komunikan), hal tersebut dilakukan untuk mengubah perilaku atau menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

## **2. Strategi Komunikasi**

Menurut Cangara (2013:61) strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sedangkan menurut Midelton dan Cangara (2013:61) bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai suatu tujuan komunikasi yang optimal.

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi kembali kepada elemen dari komunikasi, yakni *who says what, to whom through what channels, and what effects* (Cangara, 2013:108). Dalam bukunya, Cangara (2013:108) juga berpendapat bahwa strategi komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah yang dikelompokkan menjadi tiga unsur yang meliputi :

- a. Menetapkan Komunikator

Komunikator merupakan seseorang atau pihak yang menyampaikan pesan kepada khalayak (komunikan). Komunikator berperan sebagai kaki tangan

suatu badan atau organisasi dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Ada tiga syarat yang harus dipenuhi oleh komunikator, yaitu:

- 1) Kredibilitas; merupakan seperangkat persepsi yang diciptakan oleh orang lain tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran (Cangara, 2013:108).
- 2) Daya tarik (*attractiveness*); Daya tarik biasanya disebabkan oleh cara bicara yang sopan, cara berpakaian yang baik dan enak dilihat, murah senyum, dan postur tubuh yang gagah. Paras yang cantik atau tampan membuat menarik hati orang lain, akan lebih lagi jika seorang komunikator itu mempunyai kemampuan menguasai masalah yang baik.
- 3) Kekuatan (*power*); merupakan kelebihan yang dimiliki seorang komunikator yang dapat berupa jabatan atau kekuasaan.

b. Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak

Khalayak dalam khasanah komunikasi merupakan target pasar yang dituju dalam proses komunikasi. Khalayak juga mempunyai peranan yang penting dalam strategi komunikasi. Khalayaklah yang bisa mengambil keputusan apakah dia tertarik atau tidak dengan program yang ditawarkan. Jadi, seberapa besar biaya, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan bergantung pada keputusan dari khalayak.

c. Menyusun Pesan

Pesan yaitu pernyataan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima, dapat berupa bentuk verbal atau nonverbal (Cangara, 2013:113). Dalam melakukan strategi komunikasi, hal yang harus diperhatikan adalah pesan. Pesan yang akan kita sampaikan dipersiapkan, direncanakan, diolah, dan ditransmisikan sedemikian rupa sehingga membentuk pesan yang dapat mudah diterima oleh khalayak. Macam-macam pesan (Rakhmat, 2001:98) yang bisa disampaikan kepada khalayak berupa pesan verbal dan pesan nonverbal

d. Memilih Media dan Saluran Komunikasi

Pemilihan media komunikasi bertujuan untuk terciptanya efektivitas dan efisiensi dari strategi komunikasi itu sendiri. Hal yang harus



diperhatikan dalam pemilihan media komunikasi adalah karakteristik dan tujuan isi pesan serta jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Cangara (2013:121) menjabarkan beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika melakukan pemilihan media menurut UNESCO, yaitu :

- 1) Sumber daya komunikasi yang tersedia di suatu tempat.
- 2) Pemilikan media di kalangan masyarakat sasaran.
- 3) Terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan.

### **3. Indikasi Geografis**

Pasal 56 UU No. 15 Tahun 2001 tentang merek menyatakan bahwa Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang mewujudkan daerah asal suatu barang yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Indikasi Geografis yang dikenal sejak tahun 1800-an di Eropa, mulai dikenal secara resmi di Indonesia pada tahun 2008. Pada tahun tersebut operasional kegiatannya baru mulai dilaksanakan berdasarkan pada PP No. 15 Tahun 2001 tentang Indikasi Geografis.

Untuk mendorong pengembangan Indikasi Geografis di Indonesia Kementerian Hukum dan HAM pada tahun 2001 membuat Nota Kesepahaman (MoU) dengan Kementerian Dalam Negeri dan Kementerian Pertanian. Pasal 56 ayat (7) UU No. 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa Indikasi geografis terdaftar mendapat perlindungan hukum yang berlangsung selama ciri dan/atau kualitas yang menjadi dasar bagi diberikannya perlindungan Indikasi Geografis tersebut masih ada (Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, 2015).

Standar Indikasi Geografis memiliki beragam manfaat terutama bagi kesejahteraan petani kopi. Manfaatnya diantara lain yaitu:

- a. Melindungi produk dan produsen anggota kelembagaan Indikasi Geografis terhadap kecurangan, penyalahgunaan dan pemalsuan tanda Indikasi Geografis;
- b. Meningkatkan posisi tawar produk serta kemampuan memasuki pasar baru pada tataran nasional maupun internasional;

- c. Meningkatkan nilai tambah, meningkatkan lapangan kerja, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan produksi, meningkatkan peluang diversifikasi produk;
- d. Memberikan informasi yang jelas kepada konsumen tentang jenis, kualitas dan asal produk yang mereka beli;
- e. Meningkatkan peluang promosi untuk memperoleh reputasi yang lebih baik;
- f. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku usaha;
- g. Meningkatkan perekonomian dan mempercepat pembangunan wilayah;
- h. Menjaga kelestarian lingkungan untuk menjamin keberadaan ciri dan kualitas produk;
- i. Menjaga kelestarian budaya bangsa yang terikat dengan kualitas dan reputasi suatu barang Indikasi Geografis (Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, 2015).

#### **4. Kopi Robusta Temanggung**

Kopi Robusta Temanggung dihasilkan daritanaman Kopi Robusta yang ditanam dikawasan Kabupaten Temanggung dengan ketinggian diatas 400 mdpl. Kawasan ini memiliki udara yang dingin dan lembab, dengan curah hujan yang banyak selama 8 bulan musim hujan dan 4 bulan musim kering. Tanaman Kopi Robusta Temanggung yang ditanam merupakan klon-klon yang telah terseleksi. Tanaman Kopi Robusta dikombinasikan dengan tanaman lain yang berfungsi sebagai penangung dan tanaman sela. Buah kopi gelondong merah sehat dan segar (BMSS) dipetik secara manual dan dipilih dengan cara seksama dengan persentasi gelondong merahnya minimal 95% dan 100% untuk kopi madu.

Kopi gelondong merah selanjutnya diolah dengan teknik olah basah, olah kering ataupun kopi madu, serta dikeringkan secara alami dengan cara menjemur dilantai jemur, terpal, para-para atau alas keping (anyaman bambu) dibawah sinar matahari atau menggunakan alat pengering buatan dengan kriteria kadar air 12 %. Kopi Temanggung di simpan ditempat yang memiliki aerasi baik, tidak lembab dan tidak didekatkan dinding. Kopi Robusta

Temanggung dijual dengan brand Kopi Robusta Temanggung dan menyertakan logo MPIG KRT serta mendapatkan sertifikasi kualitas kopi sesuai standar persayarata indikasi geografis Kopi Robusta Temanggung (MPIG-KRT, 2015).

## **5. Buku Persyaratan Indikasi Geografis**

Para petani yang tergabung dalam Kelompok Tani Kopi di kawasan Temanggung bekerjasama dalam upaya untuk memikirkan tentang cara-cara untuk melindungi kopi mereka. Pada Maret 2015, Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Robusta Temanggung (MPIG – KRT) secara resmi telah dibentuk berdasarkan Akte Notaris Ajeng Primiana SH, K.Kn No. 109 tanggal 14 Desember 2015. Pada tanggal 30 Maret 2016 dibentuk Pembina Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Robusta Kabupaten Temanggung berdasarkan SK Bupati Temanggung No. 150/186 tahun 2016 tentang Pembina Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Robusta Kabupaten

Menurut Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, buku Persyaratan Indikasi Geografis merupakan sebuah Dokumen Deskripsi Indikasi Geografis. Yaitu suatu dokumen yang memuat informasi, termasuk reputasi, kualitas, dan karakteristik barang dan/atau produk yang terkait dengan faktor geografis dari barang dan/atau produk yang dimohonkan Indikasi Geografisnya (Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, <https://dgip.go.id/pengenalan-indikasi-geografis>, akses pada 14 Desember 2020).

Dengan adanya buku Persyaratan Indikasi Geografis diharapkan petani dapat melaksanakan Standar Operasional Produksi (SOP) dalam berkebun, panen, maupun mengolah kopi pasca panen. Karena buku ini menjadi pedoman mereka untuk mencapai biji dan olahan kopi yang berkualitas, sehingga produk yang dihasilkan memiliki ciri khas.

## **Metodologi**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung, Jl. Sutoyo No. 7 Kecamatan Temanggung, Kabupaten Temanggung 56216, Provinsi Jawa Tengah dan Masyarakat petani Kopi Robusta

Kabupaten Temanggung pada Oktober-November 2020. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Teknik penentuan narasumber pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *purposive*.

Pada penelitian ini, peneliti akan mengambil narasumber yaitu Asisten Perekonomian dan Pembangunan Pemerintah Daerah Kabupaten Temanggung, Kepala Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung, Kepala Bidang Perkebunan, Kepala Seksi Sarana dan Prasarana Perkebunan, Koordinator Penyuluh Balai Penyuluh Pertanian (BPP), Ketua MPIG Kabupaten Temanggung, Ketua Kelompok Tani, dan petani kopi teladan di Kabupaten Temanggung.

Penelitian ini mengumpulkan dua jenis data yang akan digunakan, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk menjamin validitas data pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan validasi triangulasi data. Teknik validasi triangulasi data (Sugiono, 2013:127), yaitu dengan cara triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Teknik analisis data dilakukan dengan cara mereduksi data yang akan dirangkum, diseleksi, dan di kategorikan pada tema, fokus, dan permasalahan yang sama. Proses analisis data (Miles & Huber pada Sutopo, 2002) dilakukan dengan reduksi data, sajian data, penarikan simpulan dan verifikasi.

## **Sajian dan Analisis Data**

### **1. Penetapan Komunikator**

Penetapan komunikator yang dipilih oleh Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung dalam rangka penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis kepada petani Kopi Robusta sesuai dengan hasil wawancara yaitu sesuai dengan kewenangan dalam bertugas, antara lain: Kepala Bidang Perkebunan, Kepala Seksi maupun pelaksana dari seksi Perkebunan, dan bagian Sumber Daya Manusia yaitu Penyuluh. Penetapan komunikator mempertimbangkan karakteristik masyarakat petani di Kabupaten Temanggung yaitu petani budaya dan petani maju. Selain itu tingkat pendidikan

yang berbeda beda antara satu petani dengan petani lain juga menjadi pertimbangan Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung dalam menentukan komunikator agar pesan tersampaikan dengan baik.

Sebagaimana pernyataan dari Ir. Untung Prabowo selaku Kepala Bidang Perkebunan dan Ahmad Zakaria selaku Sekretaris Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis bahwa penetapan komunikator atau narasumber dalam penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis adalah berdasarkan tupoksi (tugas pokok dan fungsi) yang ada di Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung. Kemudian Ir. Untung Prabowo dan Ir. C. Masrik Amin Zuhdi, MM selaku Asisten Perekonomian dan Pembangunan Pemerintah Daerah Kabupaten Temanggung menerangkan bahwa sebagai seorang komunikator juga harus menguasai materi yang akan disampaikan, maka dari itu komunikator telah mendapatkan pelatihan mengenai materi Standar Indikasi Geografis serta pengetahuan berbagai komoditas lain agar komunikator dapat menjawab semua pertanyaan dari petani di lapangan. Pernyataan-pernyataan tersebut sesuai dengan teori Cangara (2013) mengenai syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh komunikator, yaitu kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan.

## **2. Penetapan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak**

Sebagaimana pernyataan dari Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung bahwa sasaran utama penyampaian pesan Penerapan Standar Indikasi Geografis adalah petani Kopi Robusta, petani kopi yang belum menerapkan Standar Indikasi Geografis, Kelompok Tani, Kelompok Wanita Tani (KWT), dan stakeholder terkait.

Ir. Untung Prabowo dan Endang Sulistyani, SP. menerangkan bahwa kelompok tani menjadi pen jembatan ketika Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung ingin menyampaikan pesan kepada para petani. Sehingga ketua kelompok tani memiliki kewajiban untuk menyampaikan pesan kepada anggotanya dan petani Kopi Robusta di masing-masing desa. Ir. Untung Prabowo menambahkan bahwa tidak ada batasan kriteria dalam penentuan target sasaran penyampaian pesan Penerapan Indikasi

Geografis, beliau menilai bahwa seluruh petani Kopi Robusta memiliki hak untuk mendapatkan informasi.

Target sasaran penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis ditetapkan dengan alasan bahwa target-target tersebut merupakan pelaku utama dalam budidaya dan pengolahan Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung. sesuai yang disampaikan oleh Endang Sulistyani, SP. bahwa pelaku utama lebih mengerti apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan produksi dan menciptakan kesejahteraan. Ir. Untung Prabowo juga menyampaikan bahwa faktor kebutuhan masyarakat akan ilmu pengetahuan mengenai Standar Indikasi Geografis juga menjadi faktor penentunya.

Pernyataan di atas menunjukkan pemilihan target khalayak yang dilakukan Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung sesuai dengan teori Cangara (2013) mengenai penetapan khalayak dengan memperhatikan tiga aspek, yaitu: aspek sosiodemografik (usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, ideologi, tingkat pendapatan, etnis, dan pemilihan media), aspek profil psikologis (sikap yang tercermin dari kejiwaan masyarakat), dan aspek karakteristik perilaku masyarakat (kebiasaan-kebiasaan yang dijalani dalam bermasyarakat).

### **3. Penyusunan Pesan**

Dalam kegiatan penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung Menyusun pesan sesuai dengan kebutuhan target sarannya. Pesan yang disampaikan adalah materi mengenai teknik budidaya, panen, dan pasca panen. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan dari Dadi Riswanto, SP. dan Sarwadi bahwa materi yang diberikan kepada petani adalah mengenai budidaya teknis pengolahan kopi, mulai dari perawatan hingga pasca panen.

Selain itu, Endang Sulistyani, SP. menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan juga mengenai pengendalian hama tanaman yang dikemas dalam bentuk sekolah lapang. Selain itu materi mengenai pengolahan Kopi Robusta juga diberikan kepada target sasaran. Hal ini didukung juga oleh pendapat Ir.

Untung Prabowo bahwa pesan yang disampaikan terfokus kepada peningkatan kualitas bahan baku serta penyeragaman pengolahan.

Dalam penyampaiannya, pesan penerapan Standar Indikasi Geografis dilakukan secara berkala yang dilakukan dalam berbagai wadah dan pertemuan. Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Endang Sulistyani, SP. dan Ir. Untung Prabowo, bahwa kegiatan tersebut dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, salah satu wadahnya adalah selapanan yang merupakan kegiatan penyuluhan rutin setiap 35 hari. Dalam pelaksanaannya, penyuluh memberikan kebebasan petani untuk memilih materi yang ingin dipelajari. Kegiatan penyampaian pesan ini juga dilakukan secara berkelanjutan, hal ini dilakukan dengan melihat waktu yang tepat untuk melakukan sebuah penanganan terhadap pohon kopi.

Pernyataan di atas sesuai dengan teori Cangara (2013) mengenai pesan yang informatif yaitu menjelaskan informasi aktual mengenai situasi dan kondisi dimana belum banyak petani Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung yang menerapkan Standar Indikasi Geografis. Pesan informatif juga ditemui dalam proses penyampaian pesan-pesan secara langsung dan pendampingan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dari target sasaran seperti yang dituturkan oleh Endang Sulistyani, SP., Ir. Untung Prabowo, dan Sutrisno.

Pesan-pesan yang disampaikan tersebut memiliki tujuan agar petani Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung tidak sembarangan dalam berbudidaya, memanen, dan mengolah bahan baku, hal ini disampaikan oleh Ir. C. Masrik Amin Zuhdi, MM. yang kemudian di pertegas oleh penjelasan dari Joko Budi Nuryanto, SP. M. SI. bahwa penyampaian pesan-pesan tersebut diharapkan meningkatkan kualitas produk kopi Kabupaten Temanggung dengan harapan terjadinya multiplayer effect. Selain bahwa pesan-pesan yang disampaikan merupakan materi yang dibutuhkan oleh petani dan stakeholder terkait, pelaksanaan penyampaian pesan ini juga menjadi sarana berkomunikasi antara petani dan stakeholder terkait dan pemerintah Kabupaten Temanggung dengan adanya penyuluhan rutin yang dilakukan oleh Penyuluh Pertanian Lapang (PPL).

#### **4. Pemilihan Media atau Saluran Komunikasi**

Dalam pemilihan media atau saluran komunikasi dalam penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis kepada petani Kopi Robusta, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung memperhatikan target dan sasaran. Hal ini bertujuan agar informasi yang diberikan kepada target dapat tersampaikan dengan baik serta mudah dipahami. Maka dari itu media yang digunakan adalah media langsung, media cetak, dan media elektronik. Endang Sulistyani, SP. dan Ir. Untung Prabowo menyatakan bahwa media langsung dilakukan dengan pendampingan dan bimbingan teknis kepada petani, hal ini dilakukan oleh PPL di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Temanggung.

Selain itu, media cetak juga digunakan dalam penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis di Kabupaten Temanggung. Endang Sulistyani, SP. menuturkan bahwa media ini menjadi pelengkap ketika dilakukan sosialisasi kepada target sasaran, media tersebut berupa leaflet atau brosur. Pada media ini, Endang Sulistyani, SP. menuturkan bahwa ia memutar film dokumenter ketika melakukan sosialisasi. Hal ini dilakukan untuk memberikan contoh kepada target dan sasaran agar penyampaian pesan semakin mudah dipahami dan tidak membosankan.

Ir. C. Masrik Amin Zuhdi, MM. dan Ir. Untung Prabowo menuturkan bahwa media sosial menjadi salah satu alternatif dalam penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis. Menurut beliau media ini memudahkan Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung untuk menyampaikan pesan langsung kepada petani. Namun, tidak semua petani bisa menerimanya dengan baik. Karena proses komunikasi dengan menggunakan media sosial sebagian besar hanya bersifat satu arah dan belum semua target sasaran dapat menggunakan media ini dengan baik. Sarwadi menegaskan bahwa dengan menggunakan media sosial rentan terjadi miskomunikasi dan tidak menguasai bagaimana cara praktiknya.



Dalam memilih media informasi memperhatikan apakah khalayak menggunakan media tersebut atau tidak, serta memperhatikan kemampuan masyarakat dalam hal menangkap informasi (contoh : kemampuan penggunaan media), sehingga dipilihlah media-media yang sudah disebutkan di atas agar masyarakat dengan mudah menerima informasi yang disampaikan. Penjelasan ini sesuai dengan teori Cangara (2013) bahwa dalam memilih media informasi harus memperhatikan karakteristik isi, tujuan isi pesan, dan jenis media yang dimiliki oleh masyarakat.

Dalam penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis, media yang paling di prioritaskan adalah media secara langsung. Hal ini melihan keefektifan dalam penyampaian pesan agar mudah dipahami oleh target dan sasaran. Endang Sulistyani, SP. dan Ir. Untung Prabowo berpendapat bahwa kegiatan bimbingan teknis dianggap sebagai saluran yang paling efektif, karena petani dapat mengaplikasikannya langsung pada objek yang disampaikan. Pada bimbingan dak teknis secara langsung juga berpengaruh terhadap kemampuan menangkap pesan yang disampaikan. Selaku ketua kelompok tani, sutrisno menegaskan bahwa dengan komunikasi langsung akan membantu petani memberikan wadah untuk bertanya langsung kepada PPL dalam rangka memecahkan masalah yang sedang dihadapi.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan pada paparan data hasil penelitian dan pembahasan yang tersaji pada bab. IV di atas, maka dapatlah ditarik kesimpulan sebagai berikut ;

1. Aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung dalam melaksanakan strategi komunikasi dalam penyampaian pesan Standar Indikasi Geografis, yaitu: menunjuk Kepala Bidang Perkebunan, Kepala Seksi maupun pelaksana dari seksi Perkebunan, dan bagian Sumber Daya Manusia, sebagai Penyuluh dalam rangka penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis kepada petani Kopi Robusta Temanggung. Penetapan mereka sebagai komunikator ini dilakukan

dengan pertimbangan bahwa mereka adalah sosok-sosok yang dinilai sangat memiliki kompetensi tentang standar indikasi geografis kopi Robusta, dan kompetensi ini sangat sesuai dengan tugas pokok dan fungsi mereka sebagai pejabat di Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung. Aktifitas penyuluhan tentang standar indikasi geografis kopi robusta, dengan narasumber orang yang sangat memahami persoalan tersebut, menjadi sangat strategis, mengingat masih banyaknya petani kopi Robusta di kabupaten Temanggung yang belum memahami konsep standar indikasi geografis, termasuk belum menerapkannya dalam pola cocok tanam kopi robusta yang selama ini mereka lakukan.

2. Dalam hal penetapan pesan penerapan Standar Indikasi Geografis, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung mengemasnya sedemikian rupa sehingga sesuai dengan kebutuhan target sarannya, yaitu petani kopi yang belum menerapkan Standar Indikasi Geografis, Kelompok Tani, Kelompok Wanita Tani (KWT), dan stakeholder terkait. Pesan yang disampaikan adalah materi mengenai teknik budidaya, panen, dan pasca panen. Pesan yang disampaikan terfokus kepada peningkatan kualitas bahan baku serta penyeragaman pengolahan. Penyampaian pesan kepada target sasaran disesuaikan dengan kemampuan kelompok dan kemampuan dinamika yang ada pada masing-masing kelompok tani dan dilakukan secara berkelanjutan.
3. Dalam hal penetapan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan penerapan Standar Indikasi Geografis, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Temanggung lebih memilih media langsung tatap muka, media cetak, dan media elektronik. Media langsung dilakukan dengan model pendampingan dan bimbingan teknis kepada petani, hal ini di lapangan, hal ini dilakukan oleh PPL. Media cetak menjadi pelengkap ketika dilakukan sosialisasi kepada target sasaran, media tersebut berupa leaflet atau brosur. Sedangkan media elektronik yang digunakan yaitu dengan memutar film dokumenter ketika melakukan sosialisasi, hal ini dilakukan untuk memberikan contoh kepada target dan sasaran. Media sosial juga digunakan sebagai salah

satu alternatif untuk penyampaian pesan penerapan Standar Indikasi Geografis meskipun penggunaannya belum maksimal.

### **Daftar Pustaka**

- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. (2015). *Indikasi Geografis Indonesia*. Jakarta
- Effendy, O.U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis. (2015). *Buku Persyaratan Permohonan Pendaftaran Perlindungan Indikasi Geografis*. Temanggung
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Grasindo
- Ardhanariswari, K. A., Pratiwi, K. W., Probosari, N., & Wijayani, A. (2020, March 16). *The Development of Hierarchy Effect AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Model in Communication Branding Strategy of Tepal-Sumbawa Coffee*. *Journal of Digital Business Management*, 536-547.
- Ruler, Van Betteke. (2018). *Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests*. *International Journal of Strategic Communication*, 12:4, 367-381. DOI: 10.1080/1553118X.2018.1452240
- Sumarjo, N. S., Ihsaniyati, H., & Pardono (2020, March 1). *Adoption Of Geographical Indication Standards By Robusta Coffee Farmers In Temanggung City*. *Jurnal Agriseip*, 1-14. doi:10.31186/jagrisep.19.1.1-14
- Rendianto. (2019). *Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Pemalang (Studi Deskriptif tentang Stragtegi Komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Pemalang dalam Penyampaian Pesan Stop BABS)*. Skripsi, Universitas Sebelas Maret
- Sujatmiko, Tri. (2019). *Adopsi Petani terhadap Metode Produksi Kopi Berbasis Indikasi Geografis Kopi Robusta Temanggung*. Skripsi, Universitas Sebelas Maret
- Wibowo, B.T.A. (2015). *Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan dalam Upaya Peningkatan Akses Jamban Sehat di Desa Srowot Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas*. Skripsi, Universitas Jenderal Soedirman. Diakses

dari : <http://fisip.unsoed.ac.id/content/strategi-komunikasi-dinas-kesehatandalamupaya-peningkatan-akses-jamban-sehat-di-desa-srowo>

<http://bumn.go.id/ptpn9/berita/1-Ekspor-Kopi-Indonesia-Berpotensi-Naik-50-Persen> Diakses pada 11 Juni 2020

<https://dgip.go.id/pengenalan-indikasi-geografis> Diakses pada 14 Desember 2020

<http://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/apec-oi/organisasi-komoditi-internasional/ico> Diakses pada 11 Juni 2020

<https://dintanpangan.temanggungkab.go.id/home/> Diakses pada 15 Maret 2020

<https://jateng.bps.go.id/pencarian.html?searching=kopi&yt2=Cari> Diakses pada 15 Maret 2020

<https://kemenperin.go.id/artikel/20330/Kopi-Kita-untuk-Dunia> Diakses pada 11 Juni 2020

UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek