

PERAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM PENGEMBANGAN KAPASITAS PELAKU AGRIBISNIS PERIKANAN AIR TAWAR

*(The Role of Communication Media in Capacity Development of Freshwater
Agribusiness Fisheries)*

Yenny Oktavia

Program Studi Penyuluhan Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas. Kampus Limau Manis, Kota Padang,
Sumatra Barat Kodepos 25163

Email korespondensi: yennyoktaviafp@gmail.com

Received: 6 October 2018; Revision: 3 March 2019; Accepted: 16 April 2019

Abstrak

Penelitian ini bertujuan: (1) Mendeskripsikan perilaku komunikasi pelaku agribisnis perikanan air tawar dalam memanfaatkan media komunikasi. (2) Menganalisis pengaruh media komunikasi terhadap perilaku komunikasi dalam pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar. (3) Menemukan model pemanfaatan media komunikasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan perilaku komunikasi dalam pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar. Data penelitian dikumpulkan dengan angket/kuesioner dan wawancara kelompok terhadap anggota kelompok pelaku agribisnis. Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif dan inferensial dengan menggunakan SEM. Hasil analisis deskriptif terhadap 284 pelaku agribisnis menunjukkan bahwa rerata karakteristik media berada pada kategori sedang (44), yang dicerminkan oleh rendahnya ketersediaan media informasi, keterjangkauan media, dan kesesuaian media. Hasil analisis SEM menunjukkan, perilaku komunikasi pelaku agribisnis perikanan air tawar dalam pengembangan kapasitas dipengaruhi secara nyata dan positif oleh karakteristik media agribisnis, ketersediaan media, keterjangkauan media dan kesesuaian media agribisnis.

Keywords: media komunikasi, perilaku komunikasi, pengembangan kapasitas

Abstract

This study aims: (1) To describe the communication behavior of freshwater fisheries agribusiness actors in utilizing communication media. (2) Analyzing the influence of communication media on communication behavior in developing the capacity of freshwater fisheries agribusiness actors. (3) Finding a model of using communication media that can be used to improve communication behavior in developing the capacity of freshwater fisheries agribusiness actors. Research data were collected by questionnaire / questionnaire and group interviews with group members of agribusiness actors. Data analysis was performed with descriptive and inferential statistics using SEM. The results of descriptive analysis of 284 agribusiness actors indicate that the average characteristics of the media are in the medium category (44), which is reflected by the low availability of media information, media affordability, and media suitability. SEM analysis results show that the communication behavior of freshwater fisheries agribusiness actors in capacity development is significantly and positively influenced by the characteristics of agribusiness media, media availability, media affordability and the suitability of agribusiness media.

Keywords: communication media, communication behavior, capacity development

PENDAHULUAN

Kawasan Kota Padang merupakan salah satu bagian dari wilayah pesisir Indonesia yang mempunyai potensi dalam pengembangan sektor Kelautan dan Perikanan. Selain potensi perikanan tangkap, kawasan Kota Padang juga memiliki potensi perikanan budidaya, baik perikanan air tawar, payau maupun laut. Namun masih ada sekitar

58,40 persen areal yang belum termanfaatkan, sehingga belum berdampak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat (DKP 2011).

Cukup tingginya angka kemiskinan yang terjadi, menurut Kamal (2013) disebabkan oleh berbagai program pengentasan kemiskinan di wilayah pesisir mengalami banyak kegagalan. Salah satu kendala yang dihadapi sektor agribisnis perikanan di Kota Padang adalah keterbatasan mutu sumber daya

manusia (SDM), rendahnya tingkat pendidikan dan kesadaran masyarakat pelaku usaha di daerah pesisir. Hal ini menyebabkan kemampuannya dalam menyerap informasi dan mengadopsi teknologi relatif sangat terbatas sehingga menghasilkan produk bermutu rendah. Beck dan Purcell (2010) menyatakan bahwa komunikasi merupakan dimensi yang sangat penting dalam proses pengembangan masyarakat. Peneliti perlu mengetahui bagaimana informasi disampaikan baik secara formal dan informal. Sulit untuk menemukan pemuka pendapat/ pemimpin opini, jaringan utama yang beroperasi di masyarakat, dan bagaimana masyarakat bertahan. Seberapa efektif komunikasi antara masyarakat setempat sebagai pelaku agribisnis dengan lembaga eksternal.

Tidak dapat dipungkiri, dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi saat ini, maka pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar saat ini sangat berperan penting (Yanfika *et al.* 2019). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti komputer dan teknologi komunikasi, dapat digunakan untuk menjembatani informasi dan pengetahuan yang tersebar di antara yang menguasai informasi dan yang tidak (Mulyandari *et al.* 2010; Nurmalina 2012; Listiana *et al.* 2019).

Internet merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk menjembatani kesenjangan informasi. Teknologi informasi menawarkan peluang, salah satunya alternatif dalam pemasaran. *Elektronik marketing* atau disingkat dengan *e-marketing* adalah instrumen yang banyak digunakan untuk memasarkan produk, termasuk produk agribisnis, membuka batas-batas dunia, sehingga semua orang mempunyai kesempatan yang sama untuk memasuki pasar global.

Menurut Servaes (2007), akses terhadap komunikasi *digital* membantu meningkatkan akses terhadap peluang pendidikan, meningkatkan transparansi, dan efisiensi layanan pemerintah, serta memperbesar partisipasi. Selanjutnya Sumardjo *et al.* 2010 mengatakan, keberdayaan petani dalam mengakses informasi dapat ditingkatkan dengan pengembangan jaringan komunikasi informasi inovasi pertanian melalui *cyber extension*. Perilaku komunikasi penggunaan *cyber extension* berhubungan dengan indikator variabel karakteristik individu seperti pendidikan formal, luas lahan garapan dan keberanian mengambil resiko (Truli 2016). Namun pemanfaatan teknologi informasi diatas paradoks dengan kenyataan, dimana pelaku agribisnis perikanan di Kota Padang

masih tetap lemah aksesnya terhadap kebutuhan dan layanan informasi, sehingga masih ditemukan kesenjangan diantara pelaku agribisnis (Zamzami 2010). Menjawab persoalan tersebut maka peran media komunikasi pembangunan yang tepat sangat diperlukan dalam pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar di era digital. Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimana akses pelaku agribisnis perikanan air tawar terhadap media komunikasi. (2) Bagaimana pengaruh karakteristik media komunikasi dalam pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar. Berdasarkan permasalahan penelitian, maka tujuan penelitian ini (1) Mendeskripsikan akses pelaku agribisnis terhadap media komunikasi. (2) Menganalisis pengaruh karakteristik media dengan perilaku komunikasi pengembangan kapasitas pelaku agribisnis. (3) Bagaimana model pemanfaatan media komunikasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan perilaku komunikasi dalam pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yang diperkuat dengan informasi berdasarkan data kualitatif (Creswell 2009). Pengumpulan data menggunakan metode survei yang dilaksanakan pada bulan Februari hingga Maret 2016. Populasi penelitian adalah pelaku agribisnis perikanan air tawar yang meliputi pembudidaya ikan di kolam/air tawar (*on-farm*), penyedia *input* produksi usaha budidaya atau *input* agroindustri, penangkar benih, pengolah hasil, distributor, pemasok, pemasar, penyuluh, pendamping atau fasilitator, pengelola kelompok, serta pelayan informasi (*off-farm*) agribisnis perikanan air tawar. Jumlah populasi terdiri dari 837 orang pelaku agribisnis, tersebar 500 orang di Kecamatan Koto Tangah dan 337 orang di Kecamatan Kuranji, yang merupakan daerah pengembangan agribisnis perikanan air tawar di Kota Padang. Penetapan jumlah sampel ditentukan secara proporsional dan penentuan anggota sampel dilakukan secara purposif, dimana 284 orang tersebar di Kecamatan Koto Tangah, 150 orang dan 134 orang di Kecamatan Kuranji. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan (*observasi*), wawancara (*interview*), wawancara mendalam (*indepth interview*), dan dokumentasi.

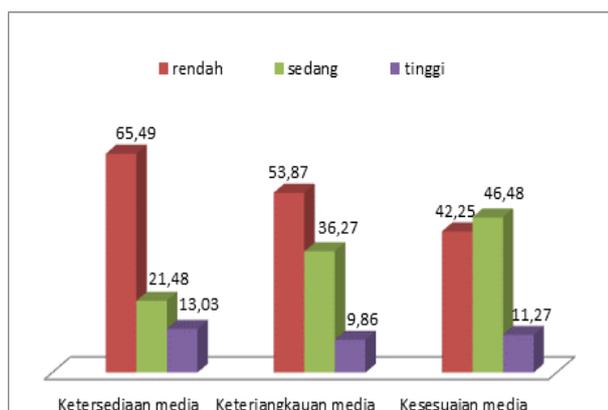
Analisis data untuk melihat hubungan antar peubah penelitian dan menemukan model empiris hubungan antar peubah dan faktor-faktor

pendukungnya digunakan analisis inferensial dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Peubah bebas (*independent variable*) adalah ketersediaan media, keterjangkauan media, kesesuaian media informasi, dan *intervening variabel* adalah perilaku komunikasi. Sedangkan peubah terikat (*dependent variable*) adalah konvergensi komunikasi pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akses Pelaku Agribisnis terhadap Karakteristik Media Komunikasi

Karakteristik media agribisnis adalah bagaimana penilaian pelaku agribisnis perikanan air tawar dalam memperoleh informasi baik dari media massa maupun media interpersonal yang menyajikan informasi agribisnis. Karakteristik media agribisnis dilihat dari ketersediaan media, keterjangkauan media, dan kesesuaian media yang disajikan pada Gambar 1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akses pelaku agribisnis terhadap media komunikasi rerata berada pada kategori sedang (44). Kategori sedang pada karakteristik media dicerminkan oleh rendahnya ketersediaan media informasi yang menyajikan program bermuatan agribisnis perikanan air tawar, sulitnya pelaku agribisnis memperoleh informasi dari media yang ada karena keterbatasan jaringan, serta kurang relevannya informasi yang ada dengan kebutuhan pelaku agribisnis (Gambar 1).



Gambar 1. Persentase responden berdasarkan kategori karakteristik media agribisnis

Dari hasil wawancara diketahui media informasi yang dimiliki oleh pelaku agribisnis pada umumnya berupa handphone, televisi, dan koran. Adanya keterbatasan media yang dimiliki, mengakibatkan

jarangnya pelaku agribisnis mencari informasi tentang agribisnis perikanan melalui literatur online maupun media massa lainnya. Sementara itu ketersediaan media yang menyajikan informasi agribisnis yang diketahui pelaku agribisnis juga masih kurang. Informasi tentang agribisnis perikanan air tawar dapat ditemui di media lokal seperti TVRI Padang, radio lokal (RRI Padang), namun informasi tersebut tidak rutin dan tidak selalu tersedia seperti harapan pelaku agribisnis. Walaupun tidak dipungkiri sampai saat ini masih ditemui beberapa media lokal seperti surat kabar "Singgalang" dan media cetak lokal lainnya Koran Masuk Desa (KMS) selalu menyajikan informasi seputar usaha masyarakat setempat, termasuk pertanian dan perikanan. Namun nyatanya kehadiran media lokal ini belum sepenuhnya membantu menumbuhkan minat pelaku agribisnis untuk selalu berlangganan dan selalu mencari dan menyebarkan informasi yang disajikan media lokal tersebut. Seharusnya media lokal yang ada baik media komunikasi interpersonal seperti kelompok tani dan PPL, maupun media massa lokal seperti TVRI Padang, radio lokal atau radio komunitas (RRI Padang) mampu selalu memenuhi ketersediaan informasi secara rutin dan sesuai dengan kebutuhan pelaku agribisnis perikanan air tawar.

Bagi pelaku agribisnis, informasi mengenai usaha perikanan tidak mudah didapatkan melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Hal ini berkaitan dengan minimnya media massa dan media lokal yang menyampaikan informasi mengenai agribisnis perikanan. Informasi yang dimuat dalam media massa yang ditemui belum mencerminkan kebutuhan pelaku agribisnis. Mengatasi hal itu, forum koordinasi dan komunikasi antar lembaga perlu dikembangkan sehingga dapat menjadi media bagi terjadinya integrasi berbagai kepentingan yang memuaskan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan agribisnis perikanan air tawar. Sesuai dengan penelitian Sumardjo (1999), kelembagaan yang perlu dikembangkan dalam agribisnis adalah kelembagaan- kelembagaan yang menjadi penunjang agribisnis itu sendiri, yaitu: lembaga keuangan, perbankan, penelitian (ilmiah), penyuluhan, pendidikan, asuransi perikanan, manajemen pembangunan daerah, hukum, bisnis dan usaha tani (perikanan).

Pengaruh Karakteristik Media terhadap Perilaku Komunikasi dalam Pengembangan Kapasitas Pelaku Agribisnis.

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa karakteristik media agribisnis yang direfleksikan

oleh ketersediaan media informasi, keterjangkauan media dan kesesuaian media agribisnis, berhubungan secara nyata dan positif dengan perilaku komunikasi pelaku agribisnis dalam mengakses informasi. Terdapat hubungan yang nyata dan positif antara perilaku komunikasi pelaku agribisnis perikanan air tawar dalam mengakses informasi dan karakteristik media agribisnis, diterima. Keeratan hubungan karakteristik media dan perilaku komunikasi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hubungan karakteristik media agribisnis dengan perilaku komunikasi pelaku agribisnis

No Karakteristik media agribisnis (X4)	Perilaku Komunikasi Pelaku Agribisnis	
	Kontak pihak luar komunitas	Intensitas penggunaan
1.Ketersediaan media	0.538**	0.506**
2.Keterjangkauan media	0.484**	0.541**
3.Kesesuaian media	0.549**	0.628**

Keterangan:

** sangat nyata pada taraf kepercayaan 99 persen

* nyata pada taraf kepercayaan 90 persen

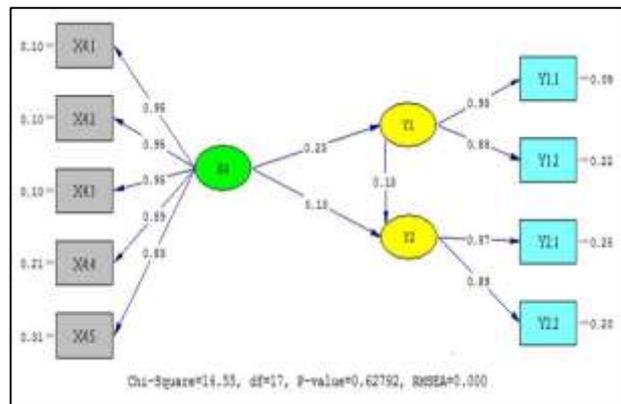
Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tersedianya informasi mengenai agribisnis perikanan yang keberadaannya diakui oleh berbagai pihak, adanya keterjangkauan pelaku agribisnis terhadap media informasi tersebut, adanya kesesuaian informasi yang disajikan media dengan kebutuhan pelaku agribisnis dan tingginya keterampilan pelaku usaha dalam menggunakan media tersebut, maka terdapat kecenderungan semakin baik perilaku komunikasinya dalam mengakses informasi, yang dicerminkan oleh meningkatnya hubungan/kontak dengan pihak luar dan meningkatnya intensitas penggunaan media informasi agribisnis.

Hasil penelitian menunjukkan masih rendahnya akses pelaku agribisnis terhadap media selama ini karena masih rendahnya ketersediaan media informasi yang menyajikan program bermuatan agribisnis perikanan air tawar, sulitnya pelaku agribisnis memperoleh informasi dari media yang ada karena keterbatasan jaringan, serta kurang relevannya informasi yang ada dengan kebutuhan pelaku agribisnis. Untuk itu diperlukan upaya nyata dari lembaga sumber informasi yang ada di Kota Padang agar mampu memberikan layanan informasi yang lebih baik untuk pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar.

Model Pemanfaatan Media Komunikasi Pengembangan Pengembangan Kapasitas Pelaku Agribisnis Perikanan-Air Tawar

Karakteristik media agribisnis juga merupakan peubah yang memengaruhi perilaku komunikasi pelaku agribisnis dalam mengakses informasi. Hal ini menunjukkan pentingnya karakteristik media untuk meningkatkan perilaku komunikasi. Indikator yang membentuk karakteristik media agribisnis adalah ketersediaan media, keterjangkauan media dan kesesuaian media agribisnis.

Hasil analisis model struktural pada Gambar 2 memperlihatkan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku komunikasi pelaku agribisnis dilihat dari karakteristik media dan faktor-faktor penentu konvergensi komunikasi dalam pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar.



Gambar 2. Model struktural faktor penentu konvergensi komunikasi pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar.

Hasil penelitian (Gambar 2) menunjukkan perilaku komunikasi dipengaruhi secara positif dan nyata oleh karakteristik media komunikasi yang direfleksikan oleh ketersediaan media komunikasi, keterjangkauan media dan kesesuaian media agribisnis. Hasil penelitian (Gambar 1) menunjukkan bahwa rerata karakteristik media berada pada kategori sedang (44). Hal ini memperlihatkan bahwa pelaku agribisnis perikanan air tawar belum dapat secara optimal memanfaatkan keberadaan media komunikasi dan informasi agribisnis yang berada di Kota Padang, sehingga menyebabkan rendahnya perilaku komunikasi pelaku agribisnis dalam mengakses informasi dan sumber daya agribisnis.

Dalam hal ini perlu peningkatan keberadaan media informasi dalam menyediakan informasi yang diakui dan dapat dijangkau oleh pelaku agribisnis,

serta menyajikan informasi sesuai dengan minat dan kebutuhan pelaku agribisnis. Peran lembaga pemerintah maupun non pemerintah selaku sumber informasi seperti Dinas Perikanan, Perguruan Tinggi dan lembaga penyedia modal (perbankan) diharapkan dapat memfasilitasi pelaku agribisnis agar informasi yang diberikan lebih mudah diakses oleh pelaku agribisnis. Disamping itu diperlukan peningkatan keterampilan pelaku agribisnis dalam menggunakan media informasi.

Kesenjangan informasi karena rendahnya akses pelaku agribisnis perikanan di Kota Padang masih banyak ditemui, meskipun sejak tahun 2010 Kementerian Komunikasi dan Informatika membangun secara massal pengembangan dari M-CAP (*Mobile Community Access Point*) yang diberi nama Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia (Permen- Kominfo 2015).

Kementerian Kelautan dan Perikanan dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika juga berupaya membangun suatu strategi komunikasi informasi penyuluhan perikanan yang efektif dan efisien agar meningkatkan aksesibilitas informasi dan industrialisasi kelautan dan perikanan, meliputi empat saluran yaitu media tatap muka (seperti temu wicara dan lomba Kelompencapir), media informasi terdengar (siaran radio penyuluhan industrialisasi perikanan), media informasi tertayang (penyuluhan melalui penyebaran VCD, DVD, dan TVRI) melalui media teknologi informasi Internet dan SMS, serta peningkatan jumlah penyuluh perikanan. Pemanfaatan media seperti membaca koran dan buku, mendengar radio atau melihat televisi dan film merupakan pendidikan informal yang dapat memengaruhi aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan tertentu pada khalayak yang mengkonsumsinya. Combs dan Ahmed, (1985) serta Jahi (1988) menyatakan, peran media sangat membantu dalam mendidik, memotivasi, dan mengembangkan opini publik bagi pembangunan.

Sesuai dengan penelitian Gultom (2016), karakteristik media informasi memengaruhi perilaku komunikasi dalam memenuhi kebutuhan informasi. Selanjutnya menurut Vidhu (2013) media tradisional tidak kalah penting berfungsi membangkitkan kesadaran untuk perubahan, meskipun media rakyat menarik khalayak kecil, namun berpengaruh dan mampu mengundang partisipasi masyarakat, sehingga efektif digunakan sebagai komunikasi massa untuk pemasaran di daerah pedesaan. Silviyanti *et al* (2016) menyatakan, komunikasi interpersonal paling sering digunakan oleh nelayan untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Sejalan dengan Jitendra (2012) menyatakan ICT merupakan alat informasi baru dan teknologi yang dapat memainkan peran penting dalam pendidikan pertanian, riset dan sistem penyuluhan dalam penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Sementara itu menurut Matindas *et al* (2011) dan Mutolib *et al.* (2016), strategi komunikasi informasi pertanian berbasis gender adalah memanfaatkan saluran komunikasi yang ada, menyediakan informasi dengan kemasan sesuai kebutuhan petani dan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk informasi pemasaran dan promosi hasil pertanian.

KESIMPULAN

Akses pelaku agribisnis terhadap media komunikasi berada pada kategori sedang, yang dicerminkan oleh minimnya ketersediaan media yang menyajikan informasi agribisnis, keterbatasan jaringan, serta kurang relevannya informasi yang ada dengan kebutuhan pelaku agribisnis.

Aksesibilitas pelaku agribisnis terhadap media komunikasi berpengaruh secara positif dan nyata terhadap pengembangan kapasitas. Konsekuensinya, model pemanfaatan media pengembangan kapasitas agribisnis perikanan air tawar perlu dilakukan melalui peningkatan ketersediaan media, peningkatan sarana prasarana pendukung beroperasinya aplikasi teknologi informasi, dan fasilitasi training untuk peningkatan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar dalam memanfaatkan media bermuatan informasi yang dibutuhkan.

Mengingat perilaku komunikasi pelaku agribisnis yang masih banyak memanfaatkan media komunikasi konvensional, meskipun sudah menggunakan teknologi informasi, maka dalam penelitian ini ketersediaan media komunikasi konvensional juga perlu diperhatikan sebagai media untuk berbagi informasi yang diperoleh pelaku agribisnis, baik melalui penyuluh lapangan, *opinion leader* maupun sesama pelaku agribisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- [DKP] Dinas Kelautan dan Perikanan. 2011. Arah pengembangan kawasan perikanan menurut RPJMD Provinsi Sumatera Barat Tahun 2010-2015
- Beck D, Purcell R. 2010. *Popular Education Practice for Youth and Community Development Work by Learning Matters*. British (GB) Library.

- Combs P, Ahmed M. 1985. Memerangi Kemiskinan di Pedesaan Melalui Pendidikan Non Formal. Jakarta (ID): CV Rajawali.
- Creswell JW. 2010. *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta (ID): Pustaka Pelajar.
- Gultom DT, Sumardjo, Sarwititi Sarwoprasodjo, Pudji Muljono. 2016 .The Roles of Cyber Extension Communication Media in Strengthening Horticulture Farmers in Facing Globalization in Lampung Province, Indonesia. *International Journal of Social Sciences: Basic and Applied Research* (IJSBAR. 26 (2):pp 104-117
- Jahi A. 1988. Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia ke Tiga. Jakarta (ID): PT Gramedia.
- Jitendra K. 2012. Information and Communication Technology in agriculture and rural development. *Asia Pasific Journal of Management & Enterepreneurship Research*, 1 (2): 193-209
- Kamal E. 2013. Kajian gerakan pensejahteraan ekonomi masyarakat pesisir (G-PEMP) di Sumatera Barat. *Jurnal Pembangunan Manusia*.7 (1).
- Listiana, I. Efendi, I. Mutolib, A. dan Rahmat. 2019. The behavior of Extension Agents in Utilizing Information and Technology to Improve the Performance of Extension Agents in Lampung Province. *Journal of Physics: Conference Series* 1155 (012004), 1-9
- Matindas K; Hubeis A, Saleh A, Harsono S. 2011. Kegiatan komunikasi petani sayuran organik dalam mencari dan menggunakan informasi pertanian berbasis gender. *Forum Pasca Sarjana*. 34 (1)
- Mulyandari RSH, Sumardjo, Pandjaitan NK. 2010. Pola Komunikasi dalam Pengembangan Modal Manusia dan Sosial. *Pertanian Forum Penelitian Agro Ekonomi*. 28 (2): 135 – 158.
- Mutolib, A. Yonariza. Mahdi. & Ismono, H. 2016. Gender inequality and the oppression of women within minangkabau matrilineal society: A Case study of the management of ulayat forest land in nagari bonjol, dharmasraya district, west Sumatra province, Indonesia. *Asian Women*. 32(3): 23–49.
- Nurmalina F. 2012. *Bisnis, Manajemen dan Sumber daya Manusia . Orange Book. Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan dalam Menghadapi Krisis Ekonomi Global*. IPB Press. Bogor (ID).
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Tentang Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2015-2019
- Servaes J. 2007. Harnessing the UN system into a common approach on communication for development. *International Communication Gazette*. 69: 483-507.
- Silviyanti S, A Saleh, M Hubeis, Purnaningsih N. 2016. Pengaruh penggunaan media komunikasi terhadap pemberayaan nelayan di pulau Pasaran Bandar Lampung. *Mimbar Jurnal Sosial dan Pembangunan*. 32 (1)
- Sumardjo, Baga LM, Mulyandari RSH. 2010. Cyber extension peluang dan tantangan dalam revitalisasi penyuluhan pertanian. Bogor (ID): IPB Press.
- _____. 1999. Transformasi model penyuluhan pertanian menuju pengembangan kemandirian petani. [disertasi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Vidhu G.2013. Impact of folk media communication in marketing in rural spectrum. *International Journal of Marketing and Technology* 3.(3): 62-79.
- Yanfika, H. Listiana, I. Mutolib, A. dan Rahmat, A. 2019. Linkages between Extension Institutions and Stakeholders in the Development of Sustainable Fisheries in Lampung Province. *Journal of Physics: Conference Series* 1155 (01201), 1-9.
- Zamzami L. 2010. Pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir di Nagari Ampiang Perak, Sumatera Barat. *Jurnal Mimbar*. 27(1): 113-125