

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan persaingan dunia usaha di Indonesia saat ini cukup pesat. Teknologi yang semakin maju di era globalisasi serta kondisi politik Indonesia pada beberapa tahun terakhir menjadikan kondisi yang semakin kompetitif di dunia bisnis. Kondisi ini secara otomatis mendorong para pelaku usaha untuk meningkatkan performa dan kinerjanya melalui kemampuan dalam melihat peluang yang dimiliki. Dalam hal ini para pelaku usaha dituntut untuk berfikir kreatif.

Kerajinan merupakan salah satu sub-sektor industri kreatif, dimana dalam prosesnya berkaitan erat dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan yang dituangkan dalam bentuk kreasi, serta dalam proses produksinya dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Raliby, 2014). Konsep ekonomi kreatif semakin mendapat perhatian di berbagai negara karena ternyata dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian. Menurut Irmawati (2021) terdapat 14 jenis-jenis industri kreatif yang dapat dikategorikan sebagai kreatifitas yang menumbuhkan perekonomian masyarakat Indonesia diantaranya: Arsitektur; Periklanan; Film /Fotografi /video; Musik; Penerbitan; Pasar seni dan budaya; Kerajinan; Fashion; Desain; Permainan Interaktif; Web Desain; Seni Pertunjukan; Penerbitan dan Percetakan; Riset dan Pengembangan.

Di Indonesia ekonomi kreatif mulai terdengar saat pemerintah mencari cara untuk meningkatkan daya saing produk nasional dalam menghadapi pasar global. Pemerintah melalui departemen perdagangan yang bekerja sama dengan Perindustrian Dan Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah (UMK) serta didukung oleh KADIN kemudian membentuk tim Indonesia Design Power pada

2006-2010 yang bertujuan untuk menempatkan produk indonesia menjadi produk yang dapat diterima di pasar Internasional namun tetap memiliki karakter nasional.

Kekayaan alam Indonesia sangat berlimpah. Kekayaan alam ini menghasilkan banyak bahan alam yang dapat dimanfaatkan sebagai produk kerajinan. Salah satunya yaitu krajinan tali gedebog pisang (pohon pisang). Pohon pisang merupakan salah satu tanaman yang banyak tumbuh di daerah tropis. Masuk ke dalam jenis *annual crops*, yaitu kelompok tanaman yang siklus hidupnya hanya semusim. Semua bagian tanaman pisang dapat dimanfaatkan diantaranya: daun, digunakan untuk membungkus makanan, bunga pisang atau disebut juga jantung pisang, dapat diolah menjadi masakan lebih sering disayur: buah, jika sudah matang buahnya dapat dikonsumsi secara langsung, namun jika belum masak dapat di olah menjadi kripik pisang; bonggol pisang, dapat di olah menjadi kripik maupun sayur; serta batang pisang, dan pelepah pisang yang memiliki tekstur berserat inilah yang dimanfaatkan masyarakat untuk dijadikan bahan dasar tali.

Batang pisang memiliki susunan yang berlapis dari bagian muda di dalam hingga bagian yang tua di bagian luar. Disamping berlapis, batang pisang memiliki susunan serat-serat yang halus. Serat dapat diperoleh dari batang tanaman pisang yang telah tua atau batang dengan kandungan air yang sangat rendah maka serat-serat tersebut dapat teramati dengan baik dan mudah dipisahkan. Serat-serat pada batang tanaman pisang inilah yang berpotensi dimanfaatkan untuk bahan dasar tali (Yuliono et al., 2013).

Di Balen, Bojonegoro pekerjaan sebagai pengrajin tali gedebog pisang dijadikan sebagai mata pencaharian sampingan, dengan mata pencaharian utama sebagai petani/buruh tani. Melimpahnya ketersediaan pohon pisang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Masyarakat setempat menyebut pekerjaan ini dengan istilah “*pendalung*” (Pengrajin tali gedebog pisang) atau pelaku dari pekerjaan ini, sedangkan hasil dari pekerjaan ini disebut dengan “*dalungan*” atau pitalan tali gedebog pisang. Pendalung atau pengrajin tali gedebog pisang lebih dominan dikerjakan oleh seorang perempuan, meskipun demikian tidak menutup kemungkinan juga dikerjakan oleh laki-laki namun jumlahnya tak sebanyak

perempuan. Dengan alat sederhana yang dibuat sendiri dari kayu dan besi yang berbetuk layaknya baling baling namun dengan dua sisi depan dan belakang yang diberikan *space* kayu maupun besi di antara keduanya, yang nantinya akan dijadikan tempat pintalan tali gedebog pisang. dalam pengerjaan satu pintalan tali gedebog pisang pengrajin membutuhkan waktu 2-7 hari di waktu luang setelah mengerjakan pekerjaan utamanya. Massa satu pintal tali gedebog pisang kisaran 3-15 kg.

Di Kecamatan Balen pekerjaan kerajinan tali gedebog pisang atau pendalung tersebar di beberapa Desa diantaranya di Desa Mulyoagung 80 pendalung, Desa Prambatan 155 pendalung, Desa Sekaran 75 pendalung, Desa Mulyorejo 82 pendalung, Desa Sarirejo 42 pendalung, Desa Lengkong 81 pendalung, Desa Kedungdowo 74 pendalung, Desa Pilanggede 37 pendalung, Desa Sobontoro 8 pendalung, Desa Balenrejo 8 pendalung, Ngadiluhur 23 pendalung, Desa Kabunan 8 pendalung sedangkan di Desa Sidobandung, Mayangkawis, Kenep, Pohbogo, Penganten, Bulaklo, Bulu, Kemamang, Suwaloh, Margomulyo, Kedungbondo tidak ada yang bekerja sebagai pendalung. Sehingga Desa Prambatan, dan Desa Mulyorejo merupakan desa dengan jumlah pengrajin tali gedebog pisang terbanyak di Kecamatan Balen yakni sebanyak 155 pendalung di Desa prambatan dan sebanyak 82 pendalung di Desa Mulyorejo (Data arsip Kecamatan Balen, 2021). Terlebih lagi Desa Prambatan dapat dikatakan sebagai pelopor pekerjaan dalung/ kerajinan tali gedebog pisang di kecamatan Balen. Desa Prambatan dan Desa Mulyorejo secara geografis letaknya berdekatan, dengan menempati wilayah sebelah utara kecamatan Balen yang bersebelahan langsung dengan Kabupaten Tuban yang dipisahkan oleh Sungai Bengawan Solo.

Secara geografis Desa Mulyorejo berlokasi di bantaran sungai Bengawan Solo, sebagian besar penduduk setempat memanfaatkannya sebagai perkebunan pisang. Pohon pisang yang dapat tumbuh tanpa adanya perawatan dan dapat tumbuh di mana saja tidak menjadi sebuah kendala bagi masyarakat untuk mengalihkan lahan kosong mereka menjadi kebun pisang. Ketersediaan lahan inilah yang dialihkan oleh masyarakat setempat menjadi kebun pisang sehingga mampu mencukupi bahan baku tali. Meskipun demikian tak semua masyarakat dapat

menyediakan bahan baku terutama masyarakat yang menjadikan pohon pisang sebagai penghasilannya, hal ini membuat pengrajin tali gedebog pisang harus membeli dari orang lain untuk dijadikan kerajinan tali.

Tali gedebok pisang merupakan hasil setengah jadi yang nantinya akan diolah kembali menjadi kerajinan-kerajinan siap pakai. Barang setengah jadi ini akan dikirim kembali ke pihak produksi kerajinan siap pakai gedebog pisang. Kerajinan siap pakai dari tali gedebog berupa prabotan rumah tangga diantaranya seperti: kursi, Tas, keranjang, kotak bok, taplak, karpet, asbak, tempat tisu, tempat pensil dan lain sebagainya. Sehingga permintaan pasar akan selalu ada terlebih lagi kerajinan siap jadi seperti halnya ini sudah menembus pasar ekspor.

Disaat pandemi covid-19 atau tinggi-tingginya kasus covid, dimana berdampak kurang baik diberbagai sektor termasuk perekonomian yang menurun, hingga karyawan banyak yang di PHK oleh perusahaan. Hal ini berbeda halnya dengan pengrajin tali gedebog pisang. pengrajin tali gedebog pisang, disaat pandemi covid-19 justru menjadi hal manis, karena harga dalungan menjadi lebih mahal, yang awalnya dihargai Rp. 5500/kg saat pandemi naik Rp 500, menjadi Rp 6000/Kg. Sehingga permintaan bahan baku terus ada di kalangan pengrajin tali gedebog pisang.

Informasi mengenai isu bahan baku tali gedebog pisang dan isu pemasaran tali gedebog pisang merupakan hal dibutuhkan dan penting bagi pengrajin tali gedebog pisang dalam menjalankan usahanya, dalam memenuhi kebutuhan informasi tersebut pengrajin tali gedebog pisang saling berinteraksi dan berkomunikasi, baik di dalam lingkungan desa maupun diluar lingkungan desa. Interaksi ini tentu akan melibatkan proses bertukarnya informasi tentang suatu objek yang dibutuhkan antara individu yang diajak berinteraksi.

Pada dasarnya manusia tidak mungkin tidak berinteraksi dengan orang lain. Interaksi terjalin melalui komunikasi, dan dari komunikasi terbentuk sebuah relasi. Mulai dari rumah bersama keluarga, di kampus, di kantor, atau dilingkungan tempat tinggal. Relasi atau kontak tidak hanya dengan orang (individu) tetapi juga dengan organisasi, perusahaan dan institusi. Misalnya, di lingkungan kampus, seseorang mengontak perpustakaan untuk meminjam buku, yang menciptakan hubungan

antara individu dan perpustakaan sebagai sebuah institusi. Relasi atau kontak yang terjalin mungkin memiliki tujuan (instrumental) tertentu atau mungkin tidak memiliki kepentingan tertentu. Setiap hari, manusia membentuk koneksi atau hubungan dengan berbagai bentuk, kebutuhan dan kepentingan.

Seseorang (individu) yang dikenal kemudian dikontak dengan berbagai keperluan merupakan suatu jaringan (*networks*). Manusia hidup di dalam sebuah jaringan baik itu dalam jaringan skala kecil yang anggotanya saling kenal, dekat, dan berinteraksi, maupun jaringan skala luas, yang anggotanya masih banyak yang tidak di kenal. Keluarga merupakan salah satu contoh jaringan kecil, yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak, dimana saling berinteraksi satu sama lain. Sedangkan di sebuah desa yang jumlah penduduknya ribuan orang, seseorang (individu) merupakan sebuah bagian dari jaringan, namun tidak semua orang di desa tersebut mengenal. Relasi yang dibangun bisa saja karena adanya sebuah hubungan di dalamnya misalnya saja dalam sebuah pekerjaan (Eriyanto, 2014)

Dalam prakteknya para pengrajin tali gedebog pisang secara sadar maupun tidak sadar telah membentuk sebuah kelompok-kelompok tersendiri. Dalam membangun relasi tersebut telah terbentuk adanya sebuah jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi menurut Rogers, Everett M.; Kincaid (1981) adalah suatu jaringan yang terdiri atas individu-individu yang saling berhubungan, yang dihubungkan oleh arus komunikasi yang terpola. Jaringan merupakan jenis tertentu dari suatu hubungan yang menyambungkan sekelompok orang atau obyek, dimana orang atau obyek tersebut berlaku sebagai aktor (node) dari jaringan (Stanley Wasserman; Katherine Faust, 1994).

Menurut Monge (2003) Jaringan komunikasi adalah pola kontak yang diciptakan oleh aliran pesan di antara komunikator melalui ruang dan waktu. Konsep pesan dapat dipahami secara luas untuk merujuk kepada suatu data, informasi, pengetahuan, gambar, symbol, dan bentuk lainnya yang dapat berpindah dari satu titik dalam jaringan ke titik lain atau dapat dibentuk bersama oleh anggota. Dalam konteks komunikasi, suatu jaringan dibangun berdasarkan pada hubungan komunikasi antara individu dengan individu, kelompok-kelompok, organisasi maupun masyarakat. Selain itu Jaringan komunikasi dapat dikatakan juga sebagai

pola-pola hubungan yang timbul oleh adanya aliran pesan (tukar-menukar pesan) diantara pelaku komunikasi sepanjang waktu.

Secara sederhana jaringan komunikasi merupakan komunikasi yang terjadi di dalam individu maupun kelompok yang nantinya akan membentuk sebuah relasi dan berbentuk suatu pola tertentu. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengimplementasikan analisis jaringan komunikasi untuk menemukan aktor yang ada di pengrajin tali gedebog pisang dalam suatu isu bahan baku dan pemasaran.

Menurut Scott (2000) riset sosial sering menghasilkan data atributif, relasional, dan ideasional. Namun data ideasional umumnya hanya dihasilkan dalam penelitian kualitatif. Sehingga yang lebih relevan dalam pembahasan ini yaitu data atributif dan relasional. Data atributif adalah data tentang pengetahuan, sikap (opini) atau perilaku aktor. Bagaimana seseorang memandang atau berperilaku terhadap suatu isu, dan faktor-faktor apa yang menyebabkan opini dan sikap seorang individu. Misalnya, data ini dihasilkan melalui metode survei. Dalam suatu studi jaringan komunikasi tidak berfokus pada data atribut, menjadi fokus pada studi jaringan adalah data relasional yang mana mengkaji suatu hubungan atau relasi antar suatu aktor. Pada analisis jaringan, proses komunikasi melibatkan relasi daripada atribut. Suatu hubungan bukan hanya individu, melainkan karakteristik yang didefinisikan dalam hubungan dua orang atau lebih secara bersama-sama. Suatu komunikasi jaringan, dengan demikian adalah struktur yang dibangun atas komunikasi dasar relasional.

Analisis jaringan komunikasi mengidentifikasi selain terdiri dari aktor (*node*), aktor tidak selalu digambarkan sebagai individu (orang) namun juga organisasi, negara, institusi, perusahaan dan lain sebagainya; dan *link (edge)* adalah relasi di antar aktor yang digambarkan dengan suatu garis yang menghubungkan antar aktor. Adanya suatu garis ini menunjukkan adanya suatu relasi, sebaliknya jika antar aktor tidak ada garis dapat diartikan tidak ada relasi.

Suatu jaringan komunikasi mempunyai beberapa struktur seperti: komponen, klik, *bridges*, *hubs*, *cutpoints* dan pemencil. Pemberian label ini bertujuan untuk menentukan peran yang dimiliki aktor tertentu. Aktor penting dalam suatu jaringan komunikasi tidak terakumulasi di satu aktor, namun tersebar di

beberapa aktor. Sehingga terdapat aktor-aktor diberbagai posisi diantaranya yakni: Sentralitas Tingkatan (*Degree Centrality*), Sentralitas Kedekatan (*Closeness Centrality*), Sentralitas Keperantaraan (*Betweeness Centrality*), Sentralitas Egigenvektor (*Egigenvector Centrality*) (Eriyanto, 2014).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Yulida et al.,(2020), tentang *communication networks for rubber marketing in Riau Province Indonesia*, dengan isu pemasaran memberikan hasil penelitian pelelangan melalui asosiasi menciptakan jaringan komunikasi yang lebih terbuka dan luas dalam bentuk jaringan pribadi radial. Sedangkan pada analisis aktor dapat diketahui bahwa aktor yang berperan sebagai *star* dalam jaringan komunikasi adalah Ketua Umum Paguyuban Petani Karet Kuantan Singingi serta Koordinator Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Pengembangan Kelembagaan. Arus informasi yang terbentuk secara terpusat hanya menjangkau beberapa orang dalam jaringan.

Gandasari & Musyadar, (2018) pada penelitian *price and marketing information in chili farmers communications*, dengan menggunakan isu pemasaran, menunjukan bahwa *star* dalam penelitian ini adalah petani yang merupakan ketua kelompok tani/ gabungan kelompok tani yang juga berprofesi sebagai pedagang, sedangkan sumber informasi di luar sistem adalah pedagang pengumpul/pengumpul. Jaringan pertukaran informasi antara petani cabai dengan tengkulak/ pedagang pengumpul cukup tinggi. Informasi pemasaran cabai masih didominasi oleh pedagang tengkulak/pengumpul. Petani tidak banyak berbagi informasi atau mendiskusikannya dengan petani lain. Informasi pemasaran cabai masih didominasi oleh pedagang tengkulak/pengumpul.

Selain itu Jumiatus et al., (2018) pada penelitian analisis jaringan komunikasi dalam agroindustry kripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru dengan isu pemenuhan bahan baku serta pemasaran. menunjukan hasil bahwa, aktor yang menjadi *star* dalam jaringan komunikasi mengenai produksi aktor eksternal adalah petani ubi kayu, penjual kayu bakar dan pedagang sembako dan aktor internal adalah Bapak Sutarto.sedangkan pada

pemasaran diketahui aktor yang menjadi star adalah pedagang ecer (aktor eksternal), serta Bapak maswi (aktor internal).

Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu penelitian mengenai pengrajin tali gedebog pisang belum pernah dilakukan dalam kestudian ilmu komunikasi terkhusus analisis jaringan komunikasi di penelitian-penelitian sebelumnya. Namun mengenai isu yang diangkat yakni isu bahan baku dan informasi penjualan sudah pernah dilakukan pada penelitian sebelumnya, dengan kontes yang berbeda.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Jaringan Komunikasi Pengrajin Tali Gedebog Pisang Di Kecamatan Balen, Bojonegoro”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti memfokuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana jaringan pengrajin tali gedebog pisang di Kecamatan Balen dalam isu mencukupi bahan baku?
2. Bagaimana jaringan pengrajin tali gedebog pisang di Kecamatan Balen dalam isu informasi penjualan hasil kerajinan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis jaringan pengrajin tali gedebog pisang di Kecamatan Balen dalam mencukupi bahan baku
2. Menganalisis jaringan pengrajin tali gedebog pisang di Kecamatan Balen dalam informasi penjualan hasil kerajinan

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap akan munculnya pemanfaatan dari hasil penelitian secara teoritis dan praktis bagi para pembacanya. Diantara manfaat penelitian ini baik secara teoritis dan praktis dapat peneliti uraikan sebagai berikut:

a. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi terutama dalam bidang jaringan komunikasi serta mendorong dilakukannya penelitian lebih lanjut dan mendalam. Penelitian ini juga lebih membuka wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti terhadap jaringan komunikasi pemanfaatan pohon pisang yang ada di masyarakat dan menarik untuk diteliti.

b. **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terhadap masyarakat umum mengenai jaringan komunikasi yang ada. Dan dapat dijadikan sebagai data penelitian pustaka (Library Research).