

ABSTRAK

Nur Aini Wahida. 170531100052. Program Studi Ilmu Komunikasi. Analisis Jaringan Komunikasi Petani Kangkung di Kecamatan Mantup dalam Pemasaran Hasil Panen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses jaringan komunikasi antara kelompok tani dan pemasar hasil panen tersebut terbentuk juga merupakan salah satu dari tujuan penelitian ini. Analisis yang dilakukan adalah analisis struktural jaringan komunikasi dan juga analisis level aktor pada jaringan komunikasi tersebut dengan menggunakan aplikasi Ucinet-6.

Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan beberapa cara, seperti wawancara, dan dokumentasi. Narasumber ditentukan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Proses analisis data dilakukan dengan metode dari Miles serta Huberman. Keabsahan data yang didapat diuji dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik pengumpulan data.

Penelitian-penelitian tentunya memiliki hasil akhir yang merupakan tujuan diadakannya penelitian serta jawaban atas keingintahuan atau rasa penasaran dari peneliti akan suatu hal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kelompok dapat terbentuk atas sebuah persamaan masalah, dan kelompok tersebut dapat membentuk sebuah jaringan komunikasi untuk dapat menyelesaikan masalah tersebut, (2) kedekatan antar aktor dapat terjadi karena komunikasi yang dilakukan dengan sering, hal ini menimbulkan rasa percaya antar aktor yang tinggi serta relasi yang kuat, (3) aktor memiliki pengetahuan yang cukup dalam hal pemasaran kangkung, dan memilih untuk menjual kangkung dalam kelompok karena ekonomi politik para petani, yakni keuntungan yang lebih stabil dan tinggi, (4) informasi dalam jaringan tersebut didapat dengan media pertemanan, aktor dalam jaringan komunikasi tersebut cenderung percaya kepada rekomendasi pertemanan jika dibanding dengan orang yang benar-benar baru dikenal melalui media sosial, (5) informasi yang beredar dalam jaringan komunikasi tersebut memiliki tahapan-tahapan tertentu sebelum dapat beredar ke seluruh aktor dalam jaringan komunikasi tersebut, dan (6) aktor-aktor dalam jaringan komunikasi memiliki partisipasi yang baik dalam menghadiri pertemuan yang direncanakan oleh kelompok tani, hal ini dikarenakan kepedulian antar aktor dan sikap menghargai antar aktor.

Kata Kunci : Jaringan Komunikasi, Komunikasi Kelompok, Komunikasi Pemasaran. Ekonomi Politik Pemasaran.

ABSTRACT

Nur Aini Wahida. 170531100052. Communication Studies Program. Communication Network Analysis of Kangkung Farmers in Mantup District in Marketing of Harvested Products.

The purpose of this study was to determine the process of communication network between farmer groups and marketers of the crops formed is also one of the objectives of this study. The analysis carried out is a structural analysis of the communication network and also the analysis of the actor level on the communication network using the Ucinet-6 application.

The data collection technique that the author uses is in several ways, such as interviews, and documentation. Resource persons were determined using the snowball sampling technique. The data analysis process was carried out using the method of Miles and Huberman. The validity of the data obtained was tested by using triangulation of sources and triangulation of data collection techniques.

Researches certainly have an end result which is the purpose of the research as well as answers to the curiosity or curiosity of the researcher about something. The results show that (1) groups can be formed on a common problem, and the group can form a communication network to be able to solve the problem, (2) closeness between actors can occur because communication is done frequently, this creates a sense of trust between actors. High actors and strong relationships, (3) actors have sufficient knowledge in marketing kale, and choose to sell kale in groups because of the political economy of the farmers, namely more stable and high profits, (4) information in the network is obtained with friendship media, actors in the communication network tend to believe in friendship recommendations when compared to people who are completely new to social media, (5) the information circulating in the communication network has certain stages before it can be circulated to all actors in the communication network. The communication network, and (6) act actors in the communication network have good participation in attending meetings planned by farmer groups, this is due to the concern between actors and the attitude of respect between actors.

Keywords: Communication Network, Group Communication, Marketing Communication. Political Economy of Marketing.