

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Perikanan Kabupaten Sumenep untuk mengasosiasi petani dan pengepul dalam kelompok pembudidaya ikan (Pokdakan) lele. Masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya komunikasi strategis yang efektif antara Dinas Perikanan dengan para petani dan pengepul lele, berdampak pada kesenjangan Dinas Perikanan Kabupaten Sumenep mengambil peran dalam pembibitan, budidaya dan penjualan ikan lele. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen, dengan subjek penelitian meliputi pihak Dinas Perikanan, petani lele, pengepul, dan pengurus Pokdakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi strategis yang dirancang oleh Dinas Perikanan masih menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya koordinasi lintas sektor, distribusi informasi yang tidak merata, dan minimnya pelibatan aktif dari pemangku kepentingan. Di sisi lain, upaya memperbaiki permasalahan yang terjadi pada Dinas Perikanan perlu diarahkan sesuai strategi perencanaan komunikasi Hafied Cangara, yaitu dengan menempatkan dinas pada fungsi utama sebagai pengelola dan pembina bagi para pembudidaya (Pokdakan) ikan lele. Dengan demikian, pola komunikasi yang terencana, partisipatif, dan berkesinambungan dapat dijadikan model praktik terbaik dalam pengembangan budidaya lele.

Kata Kunci: Perencanaan Komunikasi, Dinas Perikanan, Komunikasi Strategis, Pembudidaya Ikan Lele

ABSTRACT

This study aims to analyze the communication planning carried out by the Sumenep Regency Fisheries Office to associate farmers and collectors in the catfish fish cultivation group (Pokdakan). The main problem faced is the lack of effective strategic communication between the Fisheries Service and catfish farmers and collectors, which has an impact on the gap between the Sumenep Regency Fisheries Service taking a role in the nursery, cultivation and sale of catfish. This research uses a descriptive qualitative method with a constructivism paradigm. Data was collected through in-depth interviews, observations, and document analysis, with research subjects including the Fisheries Service, catfish farmers, collectors, and Pokdakan administrators. The results of the study show that the strategic communication designed by the Fisheries Service still faces various obstacles, such as lack of cross-sector coordination, uneven distribution of information, and lack of active involvement from stakeholders. On the other hand, efforts to address the problems faced by the Fisheries Office need to be directed in accordance with Hafied Cangara's communication planning strategy, namely by positioning the agency in its main function as a manager and mentor for catfish farmer groups (Pokdakan). Thus, a planned, participatory, and sustainable communication pattern can serve as a best practice model in the development of catfish farming.

Keywords: *Communication Planning, Department of Fisheries, Communication Strategy, Catfish Farmers*