

KOMUNIKASI INOVASI DALAM PEMANFAATAN LAHAN PEKARANGAN KOMUNITAS PETANI UNTUK MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN PANGAN DI ERA DIGITAL

Innovation Communication in Utilizing The Land of Farmer Community to Realize Food Independence in the Digital Era

Leonard Dharmawan¹, Adi Firmansyah², Tri Susanto³

¹Sekolah Vokasi IPB, Bogor, Jawa Barat

²Pusat Studi Resolusi Konflik dan Pemberdayaan LPPM IPB, Bogor, Jawa Barat

³Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang, Jawa Barat

E-mail: leonarddharmawan@gmail.com

ABSTRACT

Communication innovation is a way of conveying the discovery of new ideas to the community for a social change to occur. Utilization of land is an innovation for rural areas today to achieve food independence. The objectives of this study include: 1) Knowing the adoption process for innovative land use for food resources in Doudo Village. 2) Understand how the community optimizes the yard in Doudo Village. 3) Knowing the digital media that people use in marketing their products. The study was conducted on the people of Doudo Village, Gresik Regency, East Java. From July to October 2017. This study uses descriptive and exploratory methods. Primary data taken by key informants and sources related to activities. The results show that the adoption process of innovation is initiated by change agents by mapping community leaders who have credibility, so that they can influence the community. Comparative and observability advantages are the dominant factors that influence the use of land. The types of plants planted include a) family medicinal plants, b) ornamental plants, c) protective plants, d) vegetables, and e) shade plants. The yield from planting is added value so that it can be sold to increase income. Finally, land use is carried out by community leaders and distributed to other communities.

Keywords: *communication innovation, yard, food self-resiliency*

ABSTRAK

Komunikasi inovasi merupakan cara menyampaikan penemuan gagasan baru kepada masyarakat agar terjadi suatu perubahan sosial. Pemanfaatan lahan pekarangan menjadi suatu inovasi untuk pedesaan saat ini agar tercapai kemandirian pangan. Tujuan penelitian ini diantaranya: 1) Mengetahui proses adopsi terhadap inovasi pemanfaatan lahan pekarangan untuk sumberdaya pangan di Desa Doudo. 2) Memahami cara masyarakat mengoptimalkan lahan pekarangan di Desa Doudo. 3) Mengetahui media digital yang digunakan masyarakat dalam memasarkan produk. Penelitian dilakukan pada masyarakat Desa Doudo, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Pada bulan Juli sampai Oktober 2017. Penelitian ini menggunakan menggunakan metode deskriptif dan exploratory. Data primer yang diambil informan kunci dan narasumber yang terkait dengan kegiatan. Hasilnya menunjukkan bahwa proses adopsi inovasi dimulai oleh agen perubahan dengan memetakan tokoh masyarakat yang memiliki kredibilitas, sehingga bias mempengaruhi masyarakat. Keunggulan komparatif dan observability adalah faktor dominan yang mempengaruhi pemanfaatan lahan pekarangan. Jenis tanaman yang ditanam diantaranya a) tanaman obat keluarga, b) tanaman hias, c) tanaman pelindung, d) sayuran, dan e) tanaman peneduh. Hasil dari penanaman diberi nilai tambah sehingga bisa dijual untuk menambah penghasilan. Akhirnya, pemanfaatan lahan dilakukan oleh tokoh masyarakat dan didistribusikan ke masyarakat yang lain.

Kata kunci: komunikasi inovasi, lahan pekarangan, kemandirian pangan

PENDAHULUAN

Kerawanan sumber daya ekonomi pangan terjadi di beberapa desa di Indonesia. Kerawanan ini muncul karena daya beli masyarakat yang menurun, selain akibat krisis ekonomi, kesenjangan informasi antara masyarakat perkotaan sebagai sumber informasi kepada masyarakat di pedesaan masih cukup lebar. Akses informasi yang terbatas mengakibatkan masyarakat kurang memiliki ide dan berinovasi untuk memberdayakan potensi wilayahnya. Di sisi lain banyak hasil penelitian potensial yang bisa diterapkan oleh masyarakat menjadi inovasi bagi pengembangan kemandirian pangan. Kesenjangan informasi terkait inovasi ini bisa di selesaikan dengan komunikasi inovasi, atau disebut juga sebagai difusi inovasi untuk daerah yang lebih jauh tertinggal dan terjangkau media.

Komunikasi inovasi merupakan cara menyampaikan penemuan gagasan baru kepada masyarakat agar terjadi suatu perubahan sosial. Rogers (1983) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial (*the process by which an innovation is communicated through certain channels overtime among the members of a social system*).

Desa Doudo memiliki potensi yang belum dioptimalkan oleh banyak masyarakat. Optimalisasi pemanfaatan lahan oleh warga dinilai masih menjadi inovasi karena mereka belum memahami keuntungan relatif dari pemanfaatan lahan pekarangan menjadi lebih produktif. Oleh karena itu, penting untuk dikembangkan model pemberdayaan masyarakat tani di Desa Doudo menjadi mampu memenuhi kebutuhan pangan secara berkelanjutan berdasarkan optimalisasi sumberdaya pekarangan dengan sistem pertanian terpadu yang sesuai dengan sumberdaya lokal dan kebutuhan pangan berkualitas. Hasil dari pemanfaatan lahan pekarangan tersebut bisa digunakan (konsumsi) langsung oleh masyarakat atau diberi nilai tambah agar dapat dijual dan menambah penghasilan masyarakat.

Pada era digital seperti saat ini penjualan hasil produksi rumah tangga (*home made*) tidak sulit untuk di pasarkan, karena berkembangnya teknologi. Hal tersebut, maka penting adanya suatu sistem dalam hal komunikasi inovasi pertanian yang bermanfaat untuk memperluas jaringan pemasaran, mempertemukan lembaga penelitian, investor (pemodal), lembaga pendidikan, petani, dan kelompok terkait lainnya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mengetahui proses adopsi terhadap inovasi pemanfaatan lahan pekarangan untuk sumberdaya pangan di Desa Doudo, 2) Memahami cara masyarakat mengoptimalkan lahan pekarangan di Desa Doudo, dan 3) Mengetahui media digital yang digunakan masyarakat dalam memasarkan produk.

TINJAUAN PUSTAKA

Adopsi Inovasi

Teknologi informasi dapat dilihat sebagai sebuah inovasi yang proses difusinya melibatkan dua sisi: sisi penawaran (*supply side*) dan sisi permintaan (*demand side*) (Tornatzky dan Fleischer, 1990). Sisi penawaran terkait dengan pembuatan, produksi, dan difusi inovasi, sedang sisi permintaan berfokus pada adopsi dan aplikasi inovasi. Difusi dan adopsi merupakan penengah kedua sisi ini.

Difusi biasanya terjadi pada tingkat yang lebih tinggi atau luas, seperti pada sebuah masyarakat, sedangkan adopsi secara umum terjadi pada unit yang lebih kecil, seperti perusahaan dan individu. Rogers (1995) mendefinisikan difusi sebagai “*the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system*” (Rogers, 1995).

Menurut Rogers (1995) kecepatan difusi sebuah inovasi dipengaruhi oleh empat elemen, yaitu (1) karakteristik inovasi; (2) kanal komunikasi yang digunakan untuk mengkomunikasikan manfaat inovasi; (3) waktu sejak inovasi diperkenalkan; dan (4) sistem sosial tempat inovasi berdifusi. Semakin besar dan rumit inovasi, semakin lama waktu yang dibutuhkan dalam difusi. Sebagai contoh, difusi Internet pada sebuah masyarakat membutuhkan waktu yang lebih lama daripada difusi botol susu bayi yang jauh lebih sederhana daripada Internet. Dalam hal ini, Rogers, berdasar hasil meta analisis terhadap ribuan penelitian tentang adopsi inovasi menyimpulkan terdapat lima karakteristik umum inovasi yang mempengaruhi kecepatan difusi, yaitu *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *observability*, dan *trialability*.

Pertama, *relative advantage* menunjukkan sejauh mana inovasi lebih dari inovasi sebelumnya. Manfaat ini dapat diukur, baik dengan ukuran ekonomi, prestise, kenyamanan, maupun kepuasan. Karakteristik inovasi yang kedua adalah *compatibility* yang merujuk kepada kesesuaian inovasi terhadap nilai-nilai yang sudah ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan. Kesesuaian inovasi dengan ide-ide sebelumnya akan mempercepat adopsi, dan sebaliknya pengalaman buruk atas sebuah inovasi akan menghambat adopsi. *Complexity* adalah karakteristik yang ketiga mengukur tingkat kesulitan atau kemudian sebuah inovasi untuk dipelajari dan digunakan. Semakin mudah sebuah inovasi digunakan, semakin cepat kecepatan adopsinya. Karakteristik yang keempat adalah *observability* yang mengukur seberapa jelas penampakan inovasi. Jika sebuah hasil sebuah inovasi mudah dilihat dan dikomunikasikan maka difusinya akan semakin cepat. Jika sebuah inovasi bisa dicoba sebelum adopsi, maka akan mempercepat difusinya. Hal ini merupakan karakteristik inovasi yang kelima, *trialability*. Terkait dengan kanal komunikasi, semakin besar jangkauan kanal komunikasi yang digunakan untuk mengkomunikasikan inovasi, semakin cepat inovasi yang terjadi. Kanal komunikasi media massa efektif untuk menginformasikan sebuah inovasi ke calon pengguna, sedang komunikasi interpersonal efektif untuk mempengaruhi individu untuk menerima sebuah inovasi. Rogers membedakan orang yang mengadopsi inovasi berdasar waktu menjadi *innovator*, *early adopters*, *early majority*, *late majority*, dan *laggard*. Jumlah kumulatif orang yang mengadopsi inovasi secara ideal akan mendekati kurva S, yang bermula pada nilai yang rendah, kemudian naik dengan cepat dan akhirnya mencapai kondisi yang stagnan atau hanya bertambah sedikit. Terkait dengan sistem sosial, sebuah inovasi akan berdifusi dengan cepat pada sistem sosial yang homogen. Dalam hal ini kajian tentang budaya yang inheren dalam sebuah sistem sosial menjadi relevan. Penelitian ini akan memfokuskan pada difusi inovasi dalam konteks budaya.

Sosiometri dan Jaringan Komunikasi

Rogers dan Kincaid (1981) menyatakan bahwa jaringan komunikasi adalah suatu hubungan yang relatif stabil antara dua individu atau lebih yang terlibat dalam proses pengiriman dan penerimaan informasi. jaringan komunikasi dapat dibagi dapat dibagi menjadi lima macam, diantaranya jaringan rantai, jaringan Y,

jaringan roda, jaringan lingkaran dan jaringan semua terhubung. Beberapa hal yang dapat dilakukan dalam analisis jaringan komunikasi adalah diantaranya:

1. Mengidentifikasi klik dalam suatu sistem
2. Mengidentifikasi peranan khusus seseorang dalam jaringan komunikasi untuk mengetahui siapa opinion leader, liaisons, bridges dan isolate
3. Mengukur berbagai indikator struktur komunikasi, seperti keterhubungan klik, keterbukaan klik, keintegrasian klik dan lainnya

Komunikasi Inovasi

Elemen Difusi Inovasi menurut Rogers (1983) dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok, yaitu: suatu inovasi, dikomunikasikan melalui saluran komunikasi tertentu, dalam jangka waktu dan terjadi diantara anggota-anggota suatu sistem sosial. Terjadi berbagai tahapan pada seseorang tersebut, yaitu: 1) Tahap *Awareness* (Kesadaran), yaitu tahap seseorang tahu dan sadar ada terdapat suatu inovasi sehingga muncul adanya suatu kesadaran terhadap hal tersebut. 2) Tahap *Interest* (Keinginan), yaitu tahap seseorang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya tersebut sehingga ia mulai tertarik pada hal tersebut. 3) Tahap *Evaluation* (Evaluasi), yaitu tahap seseorang membuat putusan apakah ia menolak atau menerima inovasi yang ditawarkan sehingga saat itu ia mulai mengevaluasi. 4) Tahap *Trial* (Mencoba), yaitu tahap seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya sehingga ia mulai mencoba suatu perilaku yang baru. 5) Tahap *Adoption* (Adopsi), yaitu tahap seseorang memastikan atau mengkonfirmasi putusan yang diambilnya sehingga ia mulai mengadopsi perilaku baru tersebut.

Karakteristik Inovasi

Karakteristik inovasi adalah sifat dari difusi inovasi, dimana karakteristik inovasi merupakan salah satu yang menentukan kecepatan suatu proses inovasi. Rogers (1983) mengemukakan ada 5 karakteristik inovasi, yaitu : *relative advantage* (keuntungan relatif), *compatibility* atau kompatibilitas (keserasian), *complexity* atau kompleksitas (kerumitan), *triability* atau triabilitas (dapat diuji coba) dan *observability* (dapat diobservasi). *Relative Advantage* (keuntungan relatif) adalah tingkat kelebihan suatu inovasi, apakah lebih baik dari inovasi yang ada sebelumnya atau dari hal-hal yang biasa dilakukan. Biasanya diukur dari segi ekonomi, prestasi sosial, kenyamanan dan kepuasan. Semakin besar keuntungan relatif yang dirasakan oleh adopter, makasemakin cepat inovasi tersebut diadopsi. *Compatibility* atau kompatibilitas (keserasian) adalah tingkat keserasian dari suatu inovasi, apakah dianggap konsisten atau sesuai dengan nilai-nilai, pengalamandan kebutuhan yang ada. Jika inovasi berlawanan atau tidak sesuai dengan nilai-nilaidan norma yang dianut oleh adopter maka inovasi baru tersebut tidak dapat diadopsidengan mudah oleh adopter. *Complexity* atau kompleksitas (kerumitan) adalah tingkat kerumitan dari suatu inovasi untuk diadopsi, seberapa sulit memahami dan menggunakan inovasi. Semakin mudah suatu inovasi dimengerti dan dipahami oleh adopter, maka semakin cepat inovasi diadopsi. *Triability* atau triabilitas (dapat diuji coba) merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diuji cobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, maka suatu inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya. *Observability* (dapat diobservasi) adalah tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain.

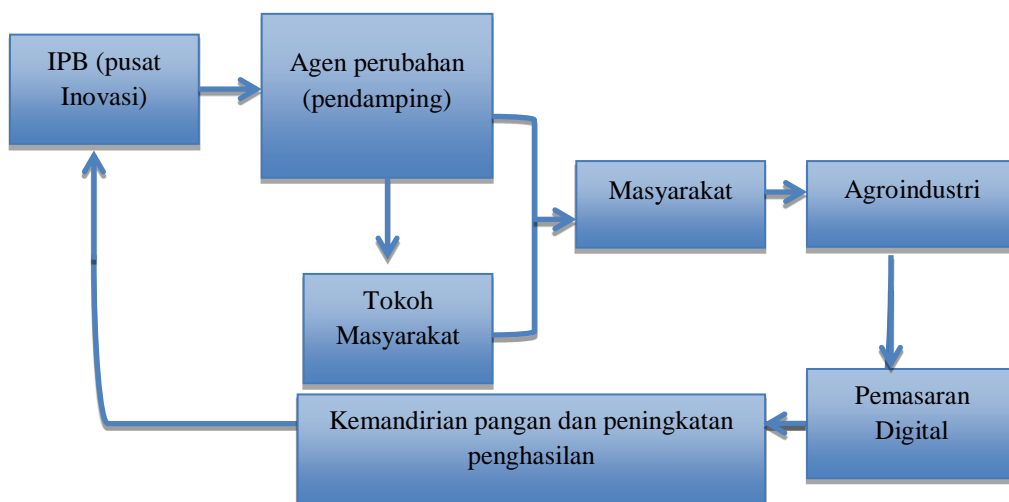
Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi diadopsi oleh orang atau sekelompok orang.

Interaksi dalam Media Sosial

Media sosial telah memungkinkan lahirnya bentuk baru dari organisasi sosial dan interaksi sosial berbasis jaringan informasi elektronik. Walaupun teknologi informasi tidak secara langsung menyebabkan perubahan sosial, namun teknologi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari banyaknya pergerakan dalam perubahan sosial seperti bentuk baru produksi dan manajemen, adanya media komunikasi baru atau populer disebut sebagai globalisasi ekonomi dan budaya. Media sosial juga telah melahirkan bisnis baru, cara berdagang yang berbeda, bisa menjadi sumber penghasilan bahkan bisa membantu lembaga dalam menjalankan tujuannya. Misalnya Perpustakaan Sekolah (Anwar, Rully K & Agus Rusmana, 2017).

Media sosial memiliki kemampuan menyebarkan informasi tentang apapun dengan cepat pada jaringan yang sangat luas, dan ketika informasi itu tersebar, pemilik informasi pertama yang menaruhnya dalam jaringan (posting) tidak dapat menariknya kembali atau menghapusnya dari anggota jaringan yang menerimanya. Media sosial telah memungkinkan lahirnya bentuk baru dari organisasi sosial dan interaksi sosial berbasis jaringan informasi elektronik. Walaupun teknologi informasi tidak secara langsung menyebabkan perubahan sosial, namun teknologi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari banyaknya pergerakan dalam perubahan sosial seperti bentuk baru produksi dan manajemen, adanya media komunikasi baru atau populer disebut sebagai globalisasi ekonomi dan budaya. Media sosial juga telah melahirkan bisnis baru, cara berdagang yang berbeda, dan media sosial saja bahkan bisa menjadi sumber penghasilan (Hampton, Keith N. 2011)

Kerangka Berpikir



Gambar 1 Kerangka pemikiran

Pusat inovasi dalam hal ini IPB sebagai perguruan tinggi memiliki pusat-pusat kajian dan penelitian terkait yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat di Desa, dalam hal ini Khususnya Desa Doudo. IPB memiliki Inovasi yang belum tentu cocok diterapkan di semua desa dan komunitas, untuk itu perlunya agen perubahan menggali potensi yang dimiliki oleh Desa Doudo untuk selanjutnya

disampaikan mengenai inovasi yang sesuai dengan potensi yang dimiliki desa tersebut. Desa Doudo sendiri memiliki potensi pekarangan yang belum dimanfaatkan dengan baik. Potensi terlihat dari adanya beberapa masyarakat yang sudah memanfaatkannya. Pemanfaatan pekarangan tersebut menjadi inovasi untuk sebagian besar masyarakat yang belum memanfaatkan pekarangannya dengan optimal.

Peran dari pendamping dalam hal ini IPB adalah mengkomunikasikan inovasi untuk optimalisasi pekarangan kepada masyarakat yang belum memanfaatkannya. Komunikasi inovasi dilakukan oleh agen perubahan dengan menggandeng tokoh masyarakat terutama yang memahami manfaat dari optimalisasi pemanfaatan pekarangan rumah dan masyarakat yang sudah menerapkannya lebih dulu sebagai model yang bisa di teruskan menjadi suatu industri dengan memberi nilai tambah pada komoditas hasil dari pemanfaatan pekarangan di rumah. Komunikasi tersebut dikemas dengan baik dengan menunjukkan keunggulan dari karakteristik inovasi seperti Karakteristik Inovasi, Keuntungan relatif, Keserasian, Kerumitan, hasil uji coba, dan dapat dilihat.

Hasil dari penerapan inovasi optimalisasi pekarangan tersebut bisa di gunakan untuk mewujudkan kemandirian pangan karena apa yang dibutuhkan untuk bahan pangan sebagian dapat di akses di pekarangan rumah sendiri sehingga dapat mengurangi pengeluaran rumah tangga. Optimalisasi dari pekarangan sendiri berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat yang telah mengadopsi inovasi tersebut dapat memberi nilai tambah dengan mengolahnya menjadi produk dan memberi kemasan yang menarik. Komoditas yang telah di beri nilai tambah tersebut kemudian dijual, salah satu penjualannya adalah melalui media digital yaitu dipasarkan melalui media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif dan exploratory karena tidak ada hipotesis yang diformulasikan dari awal untuk dibuktikan. Penelitian dilakukan dengan pengamatan mendalam, partisipasi, penelusuran data-data sekunder dan wawancara dengan tokoh masyarakat, agen perubahan dan masyarakat yang terkait dan memahami program ini.

Panduan pertanyaan merupakan instrumen utama penelitian ini. Secara umum, panduan pertanyaan dibagi menjadi beberapa bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan untuk memperoleh informasi tentang tokoh masyarakat dan potensi Desa. Bagian kedua digunakan untuk melihat tingkat adopsi program pemanfaatan lahan pekarangan. Bagian ketiga berisi pertanyaan untuk mengetahui kendala dari inovasi yang diterapkan sehingga bisa dikembangkan lagi agar lebih baik lagi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Adopsi Inovasi Pemanfaatan Lahan Pekarangan untuk Sumberdaya Pangan di Desa Doudo

Modal sosial masyarakat

Pada masyarakat Desa Doudo masih sangat menghormati sebuah tingkatan-tingkatan tertentu dalam hubungan sosialnya. Masyarakat masih sangat memandang seseorang karena usia, status, dan perannya di masyarakat. Sehingga sangat terlihat kesopanan santunan yang ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari.

Walaupun tidak menggunakan bahasa *krama inggil* (jawa halus) namun kental terasa bahwa rasa penghormatan itu ada. Hal ini dapat mudah dirasakan ketika peneliti tiba disana, diperlakukan layaknya saudara jauh (Sumardjo et al, 2017).

Masyarakat Doudo adalah masyarakat yang terbuka terhadap pendatang, dan hal ini yang menjadi modal untuk masuknya inovasi sehingga agen perubahan tidak sulit untuk akrab secara sosial dalam komunikasi antar pribadi yang nantinya bisa berkomunikasi inovasi dengan masyarakat untuk membawa inovasi terkait dengan potensi yang dimiliki oleh masyarakat desa Doudo. Keterbukaan dari masyarakat Desa Doudo juga menjadi awal baik untuk menghadapi era globalisasi yang mana bisa saja pendatang keluar dan masuk dimasa akan datang.

Masyarakat Doudo terbiasa hidup dalam kebersamaan dalam suasana gotong royong. Hal ini dituangkan dalam visi pemerintah desa “Kebersamaan Dalam Pembangunan Wujudkan Kesejahteraan”. Hal ini terbukti melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama. Seperti misalnya pada kegiatan-kegiatan pembangunan infrastruktur yang mana mereka melaksanakannya dengan cara kerja bakti. Tidak ada sekat antara kaya dan miskin, semua terlibat dalam proses pembangunan tersebut. Modal inilah sebenarnya yang terbesar dimiliki oleh Doudo, dalam rangka pengembangan demi kemajuan desa mereka menyingkirkan perbedaan golongan keagamaan yang memang kental mengakar pada jiwa masyarakat. Bahkan pada acara pengajian tertentu kedua golongan tersebut (Muhammadiyah dan NU) menjadi satu dan sama-sama mendengarkan.

Persoalan seni budaya yang memang tidak terlalu kental di masyarakat Doudo. Adapun acara kesenian diadakan pada momentum besar tertentu seperti peringatan hari kemerdekaan saja. Acara pernikahanpun dilaksanakan secara sederhana, dimana para tetangga akan ikut membantu proses acara tersebut. Namun, ketika ada orang yang meninggal dibentuk rukun kematian yang berfungsi untuk membantu keluarga yang ditinggalkan dalam mengurus jenazah dari proses memandikan hingga menguburkan. Pembuatan makam bagi jenazah dilakukan secara bergotong royong. Memang Doudo kuat dibidang keagamaannya, baik dari Muhammadiyah maupun NU selalu mengadakan pengajian rutin ditiap bulan dengan cara masing masing. Didalamnya terdapat kegiatan pengumpulan dana, baik untuk kebutuhan pengajian itu maupun untuk kegiatan sosial seperti nyumbang untuk melayat maupun menjenguk orang sakit.

Kelembagaan desa juga merupakan salah satu modal sosial penting di Desa Doudo. Struktur kelembagaan tertinggi di Desa Doudo adalah Pemerintah Desa yang dipilih oleh rakyat. Pihak aparat Desa dalam kinerjanya dibantu oleh seperangkat organisasi dan juga kepala-kepala wilayah RT dan RW. Selain pemerintah Desa, organisasi yang ada di Gunung Kemala yaitu PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga), Posyandu (lansia dan balita), Karang Taruna, Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa (LPMD) Desa Doudo, Badan Permusyawaratan Desa (BPD) . Beberapa lembaga pemerintah yang ada di Desa Doudo beberapa aktif dalam kerjanya, namun ada pula yang mengalami disfungsi.

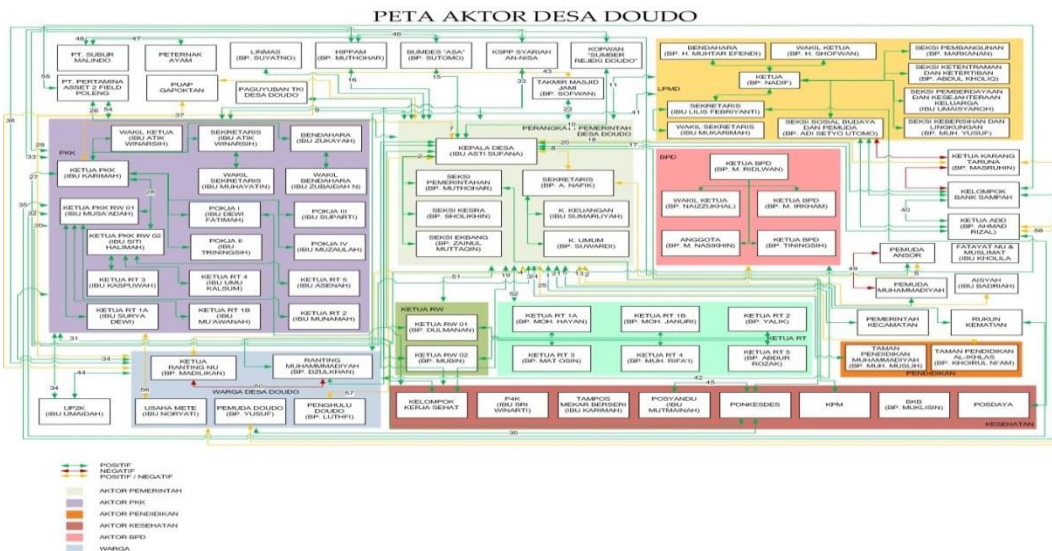
Ada beberapa kelembagaan di Desa Doudo baik dalam bidang Ekonomi atau Lingkungan. Seperti halnya dalam bidang Ekonomi yaitu keberadaan KOPWAN Sumber Rejeki Doudo yang merupakan koperasi simpan pinjam. Selain Kopwan ada juga Koperasi An-Nisa' Doudo dengan 20 orang anggota

koperasi An-Nisa' memberikan fasilitas simpan pinjam dan pembiayaan Syari'ah. Sedangkan keberadaan BUMDes ASA yang merupakan Badan Usaha Milik Desa yang mengelola pembayaran listrik, air dari HIPPAM dan memberikan kredit mikro membantu warga dalam pembayaran listrik dan iuran air minum.

Anak Desa Doudo (ADD) merupakan lembaga dibentuk karena karang taruna tak lagi aktif. Kegiatannya juga meliputi kegiatan yang meliputi bidang-bidang dalam karang taruna. Kemudian adanya Bank Sampah ADD juga ikut andil dalam pengelolaan bank sampah, sebian kepengurusannya juga dari ADD, bank sampah Desa Doudo adalah pengelola sampah warga Desa yang kemudian dipilah-pilah berdasarkan jenisnya. Sampah yang dikumpulkan sejenis plastik atau botol plastik, kertas atau kardus/ karton, karena jenis-jenis tersebut laku dijual sehingga hasilnya dihimpun di bank sampah. Pengambilan sampah dilakukan seminggu dua kali, sistem penimbangan dilakukan di rumah warga langsung ataupun di lokasi penimbunan bank sampah. Setelah satu bulan hasil pengumpulan sampah ditimbang kemudiaN dijual ke pengepul dari Gresik, pembayaran bisa dilakukan ketika pengambilan sampah di rumah-rumah ataupun ketika akhir bulan sesuai dengan berat ketika dtimbang dan jenis sampahnya. Akan tetapi untuk beberapa sampah yang tidak masuk kualifikasi sampah laku jual hanya ditimbun atau dibakar diladang karena warga desa Doudo belum memiliki Tempat Pembuangan sampah sementara atau akhir (Sumardjo et al, 2017).

HIPPAM atau Himpunan Penduduk Pemakai Air Minum, merupakan salah satu Badan Usaha Milik Desa yang diberi nama QURNIA yang membantu untuk mengelola sumber daya alam terutama air bersih. Awalnya Desa Doudo menggunakan air telaga sebagai sumber air minum ataupun kebutuhan rumah tangga lain. Akan tetapi HIPPAM Doudo dengan 3 sumber mata air mampu mengalir dan memenuhi kebutuhan air minum warga Doudo. Dengan pemasangan instalasi air sehingga air bisa mengalir sampai ke rumah-rumah warga, sekarang penerima air dari HIPPAM sekitar 79% dari keseluruhan jumlah warga Doudo.

Jaringan komunikasi tokoh masyarakat (Sumardjo et al, 2017)



Gambar 2 Data peta aktor desa (Sumardjo et al., 2017)

Kuadran 1 (High Power-Low Interest)

Dalam kuadran 1 diisi oleh aktor baik institusi ataupun individu yang memiliki kekuatan (kekuasaan ataupun pengaruh) tinggi di masyarakat, namun tidak memanfaatkan kekuasaan tersebut untuk mengembangkan masyarakat Desa Doudo. Berikut akan dijabarkan masing-masing penjelasannya.

a) *Institusi* :

1. Ranting Muhammadiyah Desa Doudo
2. Ranting NU Desa Doudo
3. Pemuda Muhammadiyah
4. Pemuda Ansor NU
5. Kelompok perempuan Aisyah
6. Muslimat NU
7. LPMD
8. BPD
9. Ta'mir Masjid Jami'.

Kuadran 2 (High Power – High Interest)

Dalam kuadran B diisi oleh aktor baik institusi ataupun individu yang memiliki kekuatan (kekuasaan ataupun pengaruh) tinggi di masyarakat, serta memanfaatkan kekuasaan tersebut dalam mengembangkan masyarakat Desa Doudo. Berikut akan dijabarkan masing-masing penjelasannya.

a) *Institusi* :

1. Pemerintah Desa Doudo
2. PKK Desa Doudo
3. PONKESDES
4. PKK RT-RW
5. PUAP GAPOKTAN
6. BUMDES ASA
7. HIPAM QURNIA
8. ADD (Arek Desa Doudo)

Kuadran 3 (Low Power –Low Interest)

Dalam kuadran 3 diisi oleh aktor baik institusi ataupun individu yang tidak memiliki kekuasaan ataupun pengaruh yang tinggi di masyarakat, dan tidak memiliki kecenderungan dalam mengembangkan masyarakat Desa Doudo. Berikut akan dijabarkan masing-masing penjelasannya.

a) *Institusi* :

1. Karang taruna
2. KOPWAN Sumber Rejeki
3. KSPP Syariah An-nisa
4. Kelompok Kerja Desa Sehat
5. Rukun Kematian
6. Paguyuban TKI Desa Doudo
7. PT. Subur Malindo

Kuadran 4 (Low Power –High Interest)

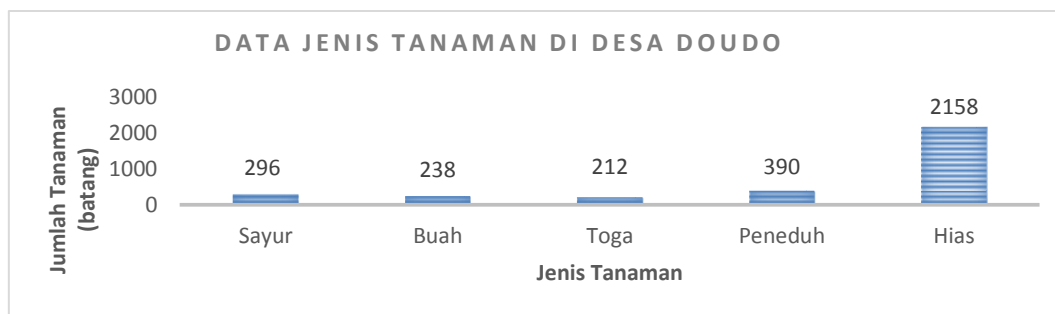
Dalam kuadran 4 diisi oleh aktor baik institusi ataupun individu yang tidak memiliki kekuasaan ataupun pengaruh yang tinggi di masyarakat, namun memiliki kecenderungan dalam mengembangkan masyarakat Desa Doudo. Berikut akan dijabarkan masing-masing penjelasannya.

a) *Institusi* :

1. Bank Sampah Desa Doudo
2. PT. Pertamina Field Poleng
3. Kelompok peternak ayam
4. Taman Pendidikan Muhammadiyah
5. Taman Pendidikan Al Ikhlas NU

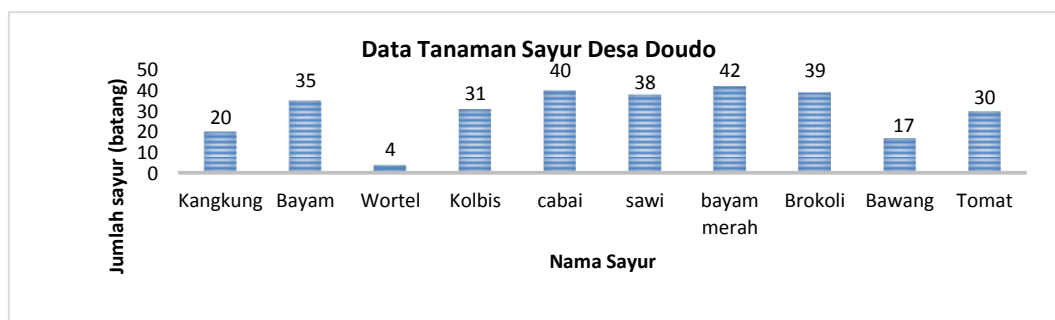
Cara Masyarakat Mengoptimalkan Lahan Pekarangan di Desa Doudo

Masyarakat desa Doudo telah memahami pentingnya menanam tanaman pekarangan. Beberapa jenis tanaman di Desa Doudo telah banyak ditanami. Jenis-jenis tanaman yang ditanam meliputi: (a) Tanaman Obat Keluarga, (b) Tanaman Hias. (c) Tanaman Pelindung, (d) Sayuran, (e) Tanaman Peneduh. Pengelolaan tanaman pekarangan terkelola dengan adanya kelompok Kader Lingkungan di setiap Rumah Tangga. Kader Lingkungan memiliki peran yang sangat tinggi dalam mengajak masyarakat untuk merawat dan memelihara tanaman pekarangan rumah. Berikut adalah grafik jenis-jenis tanaman yang telah ditanam di Desa Doudo:



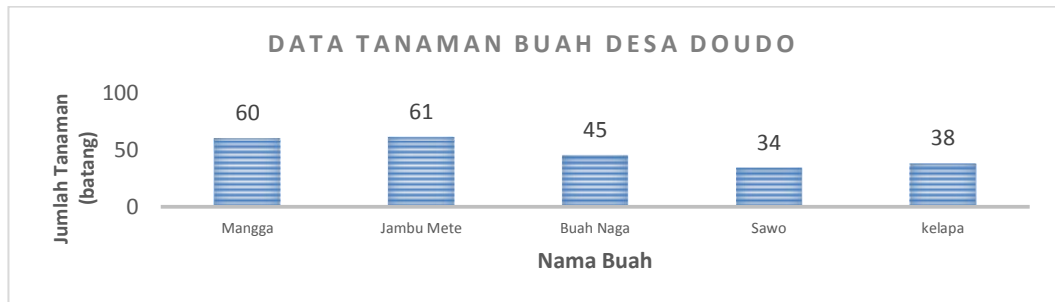
Gambar 3 Data jenis tanaman di Desa Doudo (Sumardjo et al, 2017)

Berdasarkan grafik jenis tanaman di Desa Doudo terdapat lima jenis tanaman yang telah ditanam. Jenis tanaman yang telah ditanam terdiri atas tanaman sayur, buah, tanaman obat keluarga, tanaman peneduh dan tanaman hias. Berikut merupakan masing-masing grafik jenis tanaman di Desa Doudo:



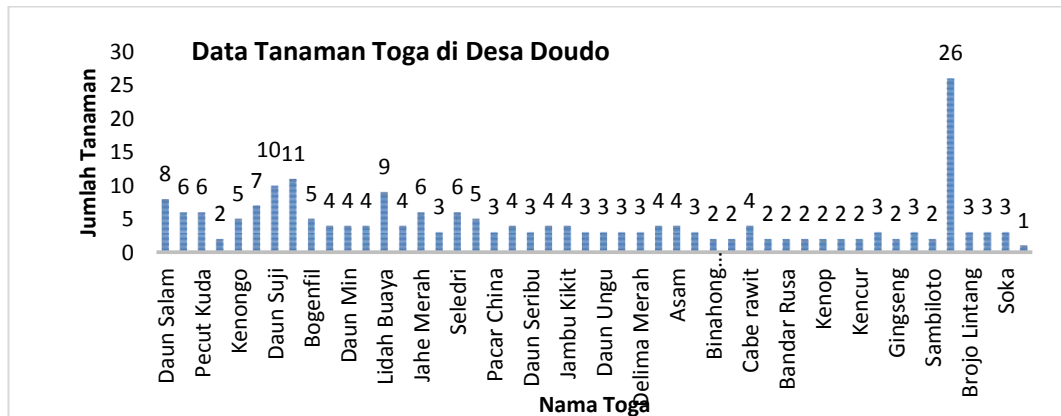
Gambar 4 Data tanaman sayur Desa Doudo (Sumardjo et al, 2017)

Berdasarkan grafik data tanaman sayur terdapat 10 jenis sayuran yang ditanam di Desa Doudo. Jenis tanaman sayur yang ditanam meliputi: kangkung, bayam, kolbis, bayam merah, brokoli, bawang dan tomat. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jenis sayuran yang banyak ditanam adalah sayur bayam merah, sedangkan tanaman sayur yang paling sedikit ditanam adalah wortel.



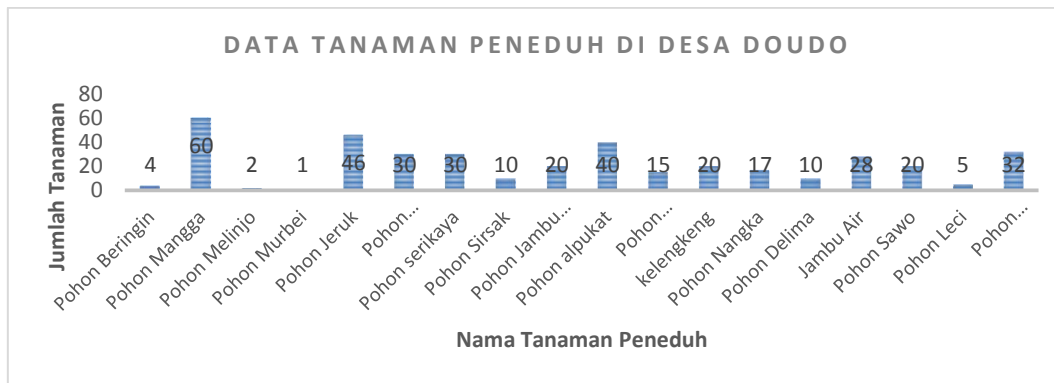
Gambar 5 Data tanaman buah di Desa Doudo(Sumardjo et al, 2017)

Berdasarkan grafik data tanaman buah di Desa Doudo terdapat lima jenis tanaman buah yang ditanam di Desa Doudo. Jenis tanaman buah terdiri atas buah mangga, jambu mete, buah naga, sawo dan kelapa. Tanaman buah yang paling banyak ditanam adalah jambu mete. Jambu mete merupakan produk unggulan Desa Doudo yang memiliki rasa yang enak dan harga yang bersaing.



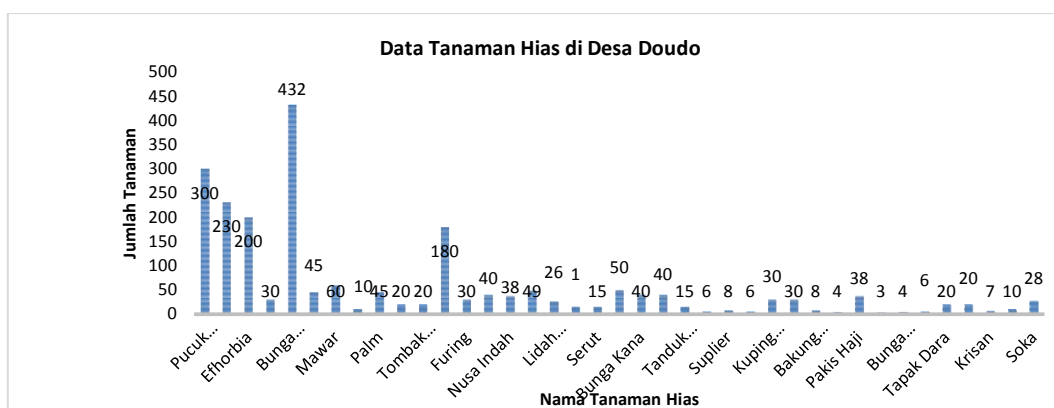
Gambar 6 Data tanaman toga di Desa Doudo (Sumardjo et al, 2017)

Berdasarkan grafik tanaman toga dapat diketahui terdapat 24 jenis tanaman obat keluarga di Desa Doudo. Tanaman toga yang paling banyak ditanam adalah sambiloto. Pada tanaman toga yang paling sedikit ditanam adalah soka. Tanaman toga sering digunakan masyarakat sebagai obat herbal dalam mengobati segala macam penyakit.



Gambar 7 Data tanaman peneduh di Desa Doudo (Sumardjo et al, 2017)

Berdasarkan grafik tanaman peneduh, terdapat 18 jenis tanaman yang ditanam. Pohon yang paling banyak ditanam adalah pohon angga. Pada pohon yang paling sedikit ditanam adalah pohon murbel.



Gambar 8 Data tanaman hias di Desa Doudo (Sumardjo et al, 2017)

Grafik data tanaman hias menunjukkan bahwa terdapat 39 jenis tanaman hias. Tanaman hias yang paling banyak ditanam adalah tanaman bunga bulu ayam. Adapun yang paling sedikit ditanam adalah lidah mertua.

Melalui program pemberdayaan pemanfaatan pekarangan rumah, masyarakat dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari. Kebutuhan tanaman pangan seperti sayuran, buah dan tanaman obat dapat dikonsumsi secara mudah. Selain itu masyarakat juga melakukan pemanfaatan hasil panen tanaman pekarangan rumah dengan membuat berbagai olahan pangan.

Pemanfaatan tanaman pangan sebagai olahan pangan terhimpun dalam kelompok olahan pangan Desa Doudo. Tanaman pangan diolah menjadi produk olahan pangan yang memiliki nilai ekonomi lebih. Beberapa tanaman pangan yang diolah adalah sawi, bayam, buah naga, mete, pisang dan jenis-jenis tanaman toga. Sayur sawi diolah menjadi stik sawi dan *ice cream* sayur.

Beberapa minuman seperti kunir asem, temulawak, jahe dan poka telah diproduksi kelompok olahan masyarakat. Dengan adanya kelompok olahan pangan, nilai tanaman pangan yang diolah menjadi produk olahan pangan menjadi meningkat. Sehingga program pemanfaatan lahan pekarangan dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menguntungkan dan berkelanjutan.

Program pemanfaatan pekarangan telah mengubah perilaku masyarakat dalam mencintai lingkungan. Beberapa penghargaan tahun 2017 telah diterima oleh Desa Doudo dalam beberapa kegiatan, diantaranya: *Best of the best* pemukiman lingkungan berwawasan hijau Kabupaten Gresik tahun 2017, Desa Berseri tingkat Propinsi Jawa Timur dan Desa Sehat Tingkat Nasional mewakili Propinsi Jawa Timur. Berkembangnya pemanfaatan pekarangan di Desa Doudo adalah atas kesadaran masyarakat juga ketersediaan bahan pendukung, yaitu air dan pupuk organik. Khusus untuk pupuk, masyarakat Doudo mendapatkannya dari kotoran ternak yang mereka pelihara.

Media Digital yang Digunakan Masyarakat dalam Memasarkan Produk

Kemajuan teknologi membuat transaksi menjadi lebih mudah. Banyak orang saat ini menggunakan media sosial untuk berjualan atau memasarkan barang yang ingin dia jual. Dahulu media sosial hanya terbatas untuk menghubungkan antar orang agar tetap terjaga silaturahmi dan *update status* untuk saling memberi kabar tentang dirinya. Berkembangnya teknologi membuat suatu inovasi terhadap penggunaan media sosial. Komunikasi pemasaran melalui media internet dapat memberikan keuntungan dalam berbagai bidang. Proses pemasaran melalui media internet mampu memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan (Abyad, 2017). Berjualan melalui media internet dalam hal ini media sosial memang mudah dan menguntungkan, karena kita tidak perlu membuka toko atau lapak yang menghabiskan banyak uang.

Di Desa Doudo beberapa produk olahan Beberapa tanaman pangan yang diolah seperti sawi, bayam, buah naga, mete, pisang dan jenis-jenis tanaman toga. Sayur sawi diolah menjadi stik sawi dan *ice cream* sayur, produk tersebut dijual melalui Internet, yaitu melalui media sosial Instagram. Salah satu jenis media internet adalah Instagram. Melalui media online Instagram, memungkinkan penggunaannya untuk mempublikasikan berbagai foto dan ragam informasinya. Realitasnya kini, instagram justru dimanfaatkan sebagai salah satu media pemasaran produk secara online (Aprilya, 2017). Adanya postingan dan tampilan dari toko online yang dikemas secara menarik mampu menstimulasi dan memunculkan persepsi seseorang atau pengguna Instagram lain. Komunitas di Desa Doudo mempromosikan produk agroindustri mereka melalui instagram dengan nama mbokdoudo (olahan pangan mbok doudo), dengan link instagram sebagai berikut (https://instagram.com/mbokdoudo?utm_source=ig_profile_share&igshid=xob07n7vdfi). Komunitas juga melakukan promosi berupa video dan foto-foto kegiatan pemanfaatan lahan pekarangan mereka melalui media sosial Facebook, dengan link sebagai berikut <www.facebook.com/sutomo.abhirama/videos/1481145928664080/> dan <www.facebook.com/sutomo.abhirama/videos/1456845667760773/>.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pada masyarakat Desa Doudo sangat menghormati tingkatan-tingkatan tertentu dalam hubungan sosial, sehingga Proses adopsi inovasi pemanfaatan lahan pekarangan untuk sumberdaya pangan dilakukan melalui modal sosial masyarakat dengan memanfaatkan jaringan tokoh masyarakat

2. Cara masyarakat mengoptimalkan lahan pekarangan di Desa Doudo adalah dengan menanam tanaman pangan yang bisa diolah seperti sawi, bayam, buah naga, mete, pisang dan jenis-jenis tanaman toga.
3. Media digital yang digunakan masyarakat dalam memasarkan produk adalah dengan menggunakan Internet. Media internet yang digunakan dalam hal ini adalah media sosial Instagram dan Facebook.

DAFTAR PUSTAKA

- Abyad, Abdulrazak. 2017. Importance of Consumer Trust in e-commerce. Middle East Journal of Business. Vol 12.
- Anwar, Rully K & Agus Rusmana. 2017. Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat Vol. 6, No. 3. ISSN 1410 - 5675
- Aprilya, Trias. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. eJournal Ilmu Komunikasi. Vol 5 (1).
- Hampton, Keith N. 2011. Social Networking Sites And Our Lives How People's Trust, Personal Relationships, And Civic And Political Involvement Are Connected To Their Use Of Social Networking Sites And Other Technologies, Pew Research Center's Internet & American Life Project. Melalui <<http://www.pewinternet.org/2011/06/16/social-networking-sites-and-our-lives/>>
- Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations (4ed.). New York: The Free Press.
- Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). Communication network: Toward a new paradigm for research. New York, NY: Free Press.
- Sumardjo et, al. (2017). Optimalisasi Lahan Pekarangan Sebagai Model Alternatif Pengembangan Komunitas Petani Mewujudkan Kemandirian Pangan Berkelanjutan di Desa Rawan Konflik. Laporan Akhir Tahun Penelitian Perguruan Tinggi Tahun 2017. Kemenristek Dikti.
- Tornatzky, L. G., dan Fleischer, M. (Eds.). (1990). The Process of Technological Innovation. Lexington, MA: Lexington Books.