

Pola Komunikasi Persuasif Pabrik Gula Tasikmadu dalam Membangun Kepercayaan Petani Tebu di Wilayah Karanganyar

ABSTRAK

Komunikasi merupakan salah satu faktor fundamental dalam mencapai tujuan perusahaan. Untuk memaksimalkan penyampaian tujuan perusahaan diperlukan keterampilan komunikasi yang erat kaitannya dengan komunikasi persuasif karena didalamnya terdapat unsur membujuk atau mengajak secara efektif. Oleh karena itu, komunikasi persuasif juga dilakukan Pabrik Gula Tasikmadu untuk membangun kepercayaan petani tebu di wilayah Karanganyar sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan yang terjadi karena dampak dari lesunya industri gula di Indonesia yang menyebabkan kurangnya pasokan bahan baku tebu, ketidakstabilan harga gula di pasaran hingga masalah performa mesin pabrik. Melihat kondisi tersebut, Pabrik Gula Tasikmadu perlu membangun kepercayaan petani tebu di wilayah Karanganyar dengan Pola komunikasi persuasif melalui proses persuasi secara rasional dan emosional. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan bagaimana pola komunikasi persuasif dalam membangun kepercayaan petani tebu di wilayah Karanganyar serta akan diperoleh apa saja faktor pendukung dan penghambat pola komunikasi persuasif dalam membangun kepercayaan petani tebu di wilayah Karanganyar. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi dan wawancara secara mendalam kepada narasumber. Hasil dari penelitian ini adalah pola komunikasi persuasif dilakukan Pabrik Gula Tasikmadu melalui proses persuasi secara rasional yang dilakukan dengan menyentuh aspek kognitif petani tebu di wilayah Karanganyar melalui program kemitraan. Sedangkan, proses persuasi secara emosional dilakukan dengan menyentuh aspek afeksi melalui pendekatan intens dengan petani tebu di wilayah Karanganyar dan hambatan yang terjadi dalam pola komunikasi persuasif dalam penelitian ini adalah hambatan kepentingan yaitu terdapat perbedaan kepentingan petani yang bersifat transaksional dengan Pabrik Gula Tasikmadu.

Kata Kunci : Pola Komunikasi Persuasif, Kepercayaan, Kemitraan Petani tebu

The Persuasive Communication Pattern of the Tasikmadu Sugar Factory in Building the Trust of the Karanganyar Sugar Cane Farmers

ABSTRACT

Communication is one of the basics to achieve company goals. The delivery of company goals requires persuasive communication skills that can persuade or invite effectively. Such a communication approach is also carried out by the Tasikmadu Sugar Factory to build the trust of sugar cane farmers in the Karanganyar region. It was carried out to overcome the impact of the downturn in the sugar industry in Indonesia which led to a lack of supply of sugar cane as the main raw material, price instability, and mechanical problems (machine performance). Based on the condition, the application of persuasive communication in the Tasikmadu Sugar Factory is carried out rationally and emotionally. This qualitative study describes the patterns, supporting factors, and inhibiting factors of the application of persuasive communication in building the trust of sugarcane farmers in the Karanganyar region. Data collection in research carried out through observation and in-depth interviews. The results of this study indicate that the application of persuasive communication patterns by the Tasikmadu Sugar Factory is implemented through a partnership program that can rationally reach the cognitive aspects of sugar cane farmers in the Karanganyar region. Meanwhile, the emotional persuasion process is carried out by reaching aspects of affection through an intense approach with sugar cane farmers in the Karanganyar region. On the other hand, a matter of interest hinders the application of persuasive communication patterns in this study; the farmers have a transactional interest with the factory.

Keywords: persuasive communication pattern, trust, partnership program