

Komunikasi Bisnis melalui Pendampingan Program *Youth Entrepreneurship and Employment Support Services (YESS)* Bidang Peternakan di Jawa Barat

Business Communication through Youth Entrepreneurship and Employment Support Services (YESS) Program Assistance in Animal Husbandry in West Java

Dyah Gandasari^{1*)}, Diena Dwidienawati², Opik Ahmad Taopik¹, Wardani¹, Adang Warya¹

¹Politeknik Pembangunan Pertanian (POLBANTAN) Bogor, Kota Bogor, Jawa Barat, 16730, Indonesia

²Bina Nusantara University, Kota Bekasi, Jawa Barat, 17142, Indonesia

^{*)}E-mail correspondence: dyah.gandasari@gmail.com

Diterima: 20 Agustus 2023 | Direvisi : 27 Maret 2025| Disetujui: 16 April 2025 | Publikasi Online: 02 Mei 2025

ABSTRAK

Lambatnya regenerasi dan kapasitas petani yang kurang memadai merupakan permasalahan dan tantangan dalam pembangunan pertanian. Adanya program YESS diharapkan menjadi salah satu solusi dalam regenerasi dan peningkatan kapasitas petani, dengan melakukan upaya terstruktur untuk menarik minat, menfasilitasi, membina dan mendampingi generasi muda untuk terjun ke bidang pertanian. Tujuan penelitian untuk menganalisis Komunikasi Bisnis antara pendamping dan pengusaha muda peternakan dalam program YESS di Jawa Barat. Desain penelitian survei bersifat *mix methods*. Populasi dalam penelitian ini adalah Pendamping Program YESS bidang peternakan di Jawa Barat Tahun 2022. Sampel pendamping diambil secara *purposive* dari pendamping yang menangani Bidang Peternakan pada Tahun 2022 sejumlah 31 orang di kabupaten Tasikmalaya dan Sukabumi pada Program YESS. Hasil penelitian yaitu: 1) Informasi yang dibutuhkan oleh pengusaha muda diantaranya adalah budidaya, pemasaran dan administrasi. 2) tiga penggunaan media informasi terbesar yaitu WhatsApp, pertemuan, dan Handphone. 3) Hambatan komunikasi yaitu penyediaan media komunikasi, jaringan internet, pembuatan proposal dan laporan serta kecepatan memberikan *feedback*. 4) Dukungan yang diberikan oleh *pendamping* sudah cukup memadai. 5) Komunikasi yang terjalin cukup memadai. Keterbatasan penelitian ini adalah kajian hanya dilakukan di Jawa Barat, sehingga tidak bisa mengeneralisasikan hasil temuan dan penelitian.

Kata kunci: peternakan, komunikasi bisnis, regenerasi petani, pendampingan

ABSTRACT

The farmer's regeneration and inadequate capacity are problems and challenges in agricultural development. The YESS program is expected to be one of the solutions in the regeneration and increasing capacity of farmers by making structured efforts to attract interest, facilitate, foster, and assist the younger generation to enter the agricultural sector. The study aimed to analyze Business Communication between assistants and entrepreneurs in the YESS program in West Java. The survey research design was a mixed method. The population in this study were YESS Program Assistants in the livestock sector in West Java in 2022. The sample of assistants was taken purposively from assistants in 2022, totaling 31 people in Tasikmalaya and Sukabumi districts. The study results were: 1) Information needed by entrepreneurs includes cultivation, marketing, and administration. 2) The three most common information media are WhatsApp, meetings, and cell phones. 3) Communication barriers include providing communication media, internet networks, making proposals and reports, and the speed of providing feedback. 4) The support provided by the assistants is quite adequate. 5) The established communication is adequate. The limitation of this research is that the study was only conducted in West Java, so it cannot generalize the findings and research results.

Keywords: animal husbandry, business communication, farmer regeneration, mentoring

PENDAHULUAN

Latar belakang

Salah satu faktor penting yang menunjang dan mendukung sektor pertanian sebagai sektor unggulan adalah sumberdaya manusia (SDM). SDM diharapkan dapat berperan sebagai fasilitator, motor, motivator dan dinamisator pembangunan pertanian agar terjadi gerakan pembangunan pertanian (Nugraha, 2012). Sumberdaya manusia merupakan salah satu faktor penentu dalam program pembangunan dari segala bidang (Nugraha, 2012).

Permasalahan yang ada adalah pengembangan SDM pertanian secara kuantitas dan kualitas terus mengalami penurunan. Menurut Saleh et al., (2021) penurunan tingkat penyerapan tenaga kerja di sektor pertanian menjadi hal yang cukup memprihatinkan mengingat ketahanan pangan nasional yang bertumpu pada sektor ini. Padahal SDM petani dibutuhkan dalam memaksimalkan produk pertanian. Regenerasi petani berlangsung sangat lambat sehingga sektor pertanian menjadi identik dengan generasi tua (Wati et al., 2021) atau petani semakin lama mengalami penuaan (Pamungkaslara & Rijanta, 2017). Indonesia merupakan salah satu negara agraris yang mengalami permasalahan tersebut. Program penumbuhan dan penguatan regenerasi petani merupakan solusi terhadap menurunnya jumlah petani (Anwarudin et al., 2020b).

Sektor pertanian membutuhkan pelaku produksi yang berkualitas, terampil, dan mampu memanfaatkan perkembangan teknologi (Wati et al., 2021). Pada kenyataannya, serapan tenaga dari lulusan perguruan tinggi yang terlibat dalam usaha tani tanaman pangan saat ini hanya sekitar 1,16% dari 12.642.913 total pelaku produksi (Subejo, 2020). Penguatan kapasitas SDM pertanian diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraannya (Gandasari et al., 2021). Kemampuan manajerial, kewirausahaan, dan organisasi bisnis yang handal diperlukan oleh pelaku pembangunan pertanian agar mampu membangun usaha dari hulu sampai dengan hilir yang berdaya saing tinggi dan mampu berperan serta dalam melestarikan lingkungan hidup sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (Sairi, 2015).

Penumbuhan dan penguatan SDM pertanian sangat diperlukan, karena SDM merupakan unsur penting dalam usaha pertanian. Hal ini sejalan dengan pernyataan Nugraha (2012) bahwa SDM merupakan salah satu faktor penting yang menunjang sektor pertanian secara komprehensif dan berkelanjutan. Lambatnya regenerasi petani dan kapasitas petani yang kurang memadai merupakan permasalahan dan tantangan dalam pembangunan pertanian, sehingga masalah semakin menurunnya jumlah petani dan petani lebih banyak didominasi generasi tua serta peningkatan kapasitas petani perlu untuk dicari solusinya. Hal ini mengindikasikan regenerasi petani dapat terwujud dengan cara membangkitkan motivasinya dan dilakukan pembinaan agar usaha pertaniannya berkelanjutan (Anwarudin et al., 2020a). Adanya program YES yang dibiayai dari dana *The International Fund for Agricultural Development* (IFAD) diharapkan merupakan salah satu solusi dalam regenerasi petani dan peningkatan kapasitas petani, dengan melakukan upaya terstruktur dalam menarik dalam menfasilitasi, membina dan mendampingi generasi muda untuk terjun ke bidang pertanian.

Pendekatan sosial dari konteks komunikasi dilakukan untuk melihat fenomena yang terjadi keterlibatan pembinaan oleh pendamping (*Stakeholders*) terhadap pemuda Penerima Manfaat Kompetitif (PMHK) dalam penumbuhan dan penguatan kapasitas pemuda di bidang peternakan program YES. *Stakeholders* sebagai pembina/pendamping pada program YES terdiri dari *Distrik Implementation Team* (DIT), *Mobilizer*, *Fasilitator*, *Mentor*, *Finance Advisor* (FA).

Penelitian yang dipublikasikan di Scopus database tentang komunikasi bisnis di bidang pertanian dan biologi pada tahun 1957 sampai dengan 2022 masih sangat sedikit yaitu sekitar 12 publikasi atau 0,6% (Gandasari, Dwidienawati, Tjahjana, & Sugiharto, 2024). Hasil literatur review dengan bibliometrik menunjukkan beberapa topik yang masih sedikit dan dapat dieksplorasi untuk penelitian ke depan diantaranya adalah tentang kursus komunikasi bisnis, pendidikan bisnis, praktik bisnis, pembelajaran kolaboratif, umpan balik, komunikasi manajerial, teknik komunikasi, menulis, kepuasan komunikasi, *stakeholder*, kolaborasi dan manajemen komunikasi (Gandasari, Dwidienawati, Tjahjana, & Sugiharto, 2024). Berdasarkan hasil literatur review (Gandasari, Dwidienawati, Tjahjana, & Sugiharto, 2024) maka penelitian penyuluhan tentang pendampingan program regenerasi petani yang mengkaji tentang fenomena komunikasi bisnis yaitu bagaimana umpan balik, teknik komunikasi, *stakeholder*, dan kepuasan komunikasi diangkat menjadi novelty dalam penelitian ini.

Untuk melihat bagaimana fenomena komunikasi bisnis dalam pendampingan oleh *Stakeholders* terhadap PMHK di program ini maka dilakukan penelitian tentang Kajian Komunikasi oleh

Stakeholders terhadap PMHK pada Program YESS Bidang Peternakan di Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Komunikasi Bisnis antara pendamping (*Stakeholders*) dan pengusaha muda peternakan (PMHK) dalam Program YESS di Jawa Barat. Rumusan masalah penelitian: 1) Siapa saja sumber informasi dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat? 2) Apa saja pesan yang dibutuhkan dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat? 3) Bagaimana penggunaan media informasi dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat? 4) Hambatan komunikasi apa yang ditemui dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat? 5) Bagaimana dukungan dan komunikasi yang diberikan dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat? Tujuan penelitian: 1) Mengidentifikasi sumber informasi dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat. 2) Menganalisis pesan yang dibutuhkan dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat. 3) Mengidentifikasi penggunaan media informasi dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat. 4) Menganalisis hambatan komunikasi yang ditemui dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat. 5) Menganalisis dukungan dan komunikasi yang diberikan dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat.

Tinjauan Pustaka

Penyuluhan pertanian adalah tentang mentransfer pengetahuan kepada petani dan membantu mereka menerapkannya dalam kegiatan pertanian sehari-hari. Namun, transfer pengetahuan kepada petani sangat bergantung pada efektivitas komunikasi antara penyuluhan dan petani (Green Pillars, 2024). Komunikasi sangat penting bagi pembangunan pertanian, dan penggunaan pendekatan komunikasi yang tepat akan mendorong Pembangunan (Tegene et al., 2023). Menurut Van den Ban (1974) dalam Leeuwis (2009) penyuluhan melibatkan penggunaan komunikasi informasi secara sadar, untuk membantu orang membentuk opini dan membuat keputusan yang baik. Menurut Amanah (2009) dalam Effendy et al. (2022) penyuluhan memerlukan komunikasi yang interaktif antara petani dengan para pemangku kepentingan untuk menjamin keberlanjutan komunikasi inovasi dan kesejahteraan petani dalam usaha agribisnisnya.

Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam organisasi yang bergerak dalam bidang bisnis dalam bentuk verbal dan nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu (Kusumastuti, 2009; Suyatni & Zanny, 2019). Komunikasi bisnis memiliki banyak segi, seperti yang diwujudkan pada tingkat yang berbeda: antara individu, antara seseorang dan komunitas tertentu, antara kelompok sosial (Nazarenko et al., 2021). Tujuan komunikasi bisnis adalah untuk bertukar informasi, mengembangkan strategi interaksi, persepsi dan penerimaan para pihak terhadap proses komunikasi (Lightfoot, 2019).

Status dan isi komunikasi bisnis adalah bahwa komunikasi ini sekarang bukan hanya milik bisnis dan ekonomi, komunikasi bisnis adalah bagian dari kehidupan setiap orang (Wotruba, 2016). Ini mencerminkan sistem tujuan dan sasaran individu, nilai dan kebutuhannya. Kesuksesan seseorang dalam dunia bisnis akan sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam berkomunikasi secara tepat, benar dan sopan (Suyatni & Zanny, 2019).

Perkembangan budaya komunikasi bisnis memperhitungkan tren saat ini dalam pelatihan spesialis masa depan di AS, Eropa dan Pasifik, semakin banyak perhatian diberikan pada metode praktis: pelatihan, pembinaan, studi kasus, pendampingan, dan lain-lain (Eniola, 2017). *Coaching* dan *mentoring* sangat populer di antara banyak metode pelatihan praktis yang dapat digunakan untuk tujuan pelatihan dan pendidikan (Campbell & Van Nieuwerburgh, 2017 dalam Nazarenko et al., 2021). *Mentoring* telah lama dikenal sebagai strategi untuk mengembangkan individu, baik secara profesional maupun pribadi. Program *mentoring* formal kini banyak dijumpai di berbagai organisasi, termasuk perusahaan, instansi pemerintah, pendidikan institusi, dan nirlaba (Farmer, 2005).

Coaching dan *mentoring* adalah teknologi yang efektif untuk pengembangan interaksi, semacam konseling dan kerja sama khusus (Honigsfeld & Dove, 2019 dalam Nazarenko et al., 2021). Pedagogi kerja sama modern mengakui teknologi pembinaan untuk mengembangkan potensi individu untuk masa depan, sebagai alat yang memungkinkan individu untuk mewujudkan dan mengungkapkan sumber daya intelektual, kreatif, dan lainnya mereka (Nazarenko et al., 2021).

Komunikasi adalah elemen kunci dari pendampingan, dan komunikasi yang efektif dianggap sebagai ciri dari hubungan pendampingan yang efektif (Farmer, 2005). Komunikasi bukan benda dan bukan pula hasil final. Unsur-unsur komunikasi selalu berubah, dinamis dan berinteraksi (Lubis et al., 2010). Unsur-unsur komunikasi pana penelitian ini mengacu kepada model Berlo yaitu manusia, pesan, saluran dan hambatan dalam pesan.

Ada dua peran manusia dalam proses komunikasi yaitu sebagai sumber (komunikator) maupun penerima pesan (komunikan). Sumber mengirim pesan, dan penerima adalah target pesan yang dimaksud. Peran sebagai sumber dan penerima pesan dapat terjadi secara bersamaan dan terus-menerus (Pearson et al., 2011).

Pesan komunikasi dapat mempunyai banyak bentuk (DeVito, 2011). Menurut Pearson *et al.* (2011) pesan adalah bentuk verbal dan nonverbal dari ide, pikiran, atau perasaan yang ingin dikomunikasikan oleh seseorang (sumber) kepada orang atau sekelompok orang (penerima). Pesan adalah isi dari interaksi.

Saluran adalah sarana di mana pesan bergerak dari sumber ke penerima pesan. Sebuah pesan berpindah dari satu tempat ke tempat lain, dari satu orang ke orang lain, dengan melakukan perjalanan melalui media, atau saluran. Gelombang udara, gelombang suara, serat kaca, dan kabel adalah semua saluran komunikasi (Pearson et al., 2011). Menurut DeVito (2011) saluran komunikasi adalah media yang dilalui pesan.

Dalam proses komunikasi, *noise* adalah setiap gangguan dalam proses encoding dan decoding yang mengurangi kejelasan pesan. Kebisingan dapat bersifat: (1) Fisik, seperti suara keras, pemandangan yang mengganggu, atau perilaku yang tidak biasa, seperti seseorang berdiri terlalu dekat untuk kenyamanan. (2) mental, psikologis seperti prasangka dan bias pada sumber/penerima, pikiran sempit. (3) Semantik, contohnya orang berbicara dengan bahasa yang berbeda, menggunakan jargon atau istilah yang rumit yang tidak dipahami pendengar (DeVito, 2011; Pearson et al., 2011). Menurut (Cangara, 2004) dan Orbe & Bruess (2005) dalam Liliweli (2011) ada tujuh macam gangguan dalam proses komunikasi yaitu: gangguan teknis, gangguan semantik, gangguan psikologis, rintangan fisik/organik, rintangan stuatus, rintangan kerangka pikir dan rintangan budaya.

Komunikasi merupakan aspek yang penting dalam kegiatan organisasi diantaranya organisasi bisnis. Komunikasi penting didalam membawa perubahan. Komunikasi efektif merupakan faktor utama dalam menciptakan kegiatan bisnis yang kondusif (Irwansyah, 2017). Komunikasi yang efektif mengetahui apa yang komunikasi ingin ketahui, berkomunikasi dengan bahasa yang dimengerti, apa yang komunikasi cari dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan komunikasi (Liliweli, 2011). Beberapa prinsip komunikasi bisnis menurut Murphy *et al.* (1988) yaitu: *Completeness* (Menjawab semua pertanyaan, Memberikan tambahan jawaban, bila diinginkan/diperlukan), *Conciseness* (Jawaban/Pernyataan singkat dan jelas, tidak berbelit-belit, Hanya memberikan pernyataan yang relevan, Tidak memberikan jawaban/pernyataan yang berulang-ulang), *Consideration* (Fokus kepada pihak lain, Menunjukkan ketertarikan kepada pihak lain, Menyampaikan dengan sopan), *Clarity* (Menggunakan kata-kata yang singkat dan mudah dipahami, Menggunakan kalimat yang efektif, Menggunakan contoh, ilustrasi dan visualisasi ketika diperlukan), *Courtesy* (Pernyataan disampaikan dengan tulus, bijaksana, dan menghargai lawan bicara, Tidak menunjukkan ekspresi yang mengganggu, menyakiti, atau meremehkan, Mengabulkan permohonan dan meminta maaf dengan baik).

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ditentukan dan dibatasi di Program YESS Jawa Barat. Lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Tasikmalaya. Pemilihan lokasi dilakukan dengan pertimbangan lokasi merupakan salah satu lokasi usaha pengusaha muda Penerima Manfaat (PM) Hibah Kompetitif Program YESS Bidang Peternakan Program YESS di Jawa Barat.

Paradigma penelitian yang digunakan adalah metode penilitian kombinasi yang berlandaskan pada filsafat pragmatism untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif (Sugiyono, 2020). Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan desain penelitian survei bersifat deskriptif dan kualitatif (*mix methods*). Penelitian ini berusaha menjelaskan dan menguraikan fenomena yang diamati. Hasil pengamatan diharapkan dapat menggambarkan komponen-komponen dalam komunikasi di dalam pengembangan usaha peternakan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Pendamping Program YESS bidang peternakan di Jawa Barat Tahun 2022. Sampel pendamping diambil secara purposive dari pendamping Program YESS yang menangani Bidang Peternakan pada Tahun 2022 sejumlah 31 orang pendamping bidang peternakan di kabupaten Tasikmalaya dan Sukabumi pada Program YESS.

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara kepada responden menggunakan kuesioner dan pertanyaan terbuka. Wawancara juga dilakukan dengan informan pengusaha muda peternakan penerima hibah. Wawancara dengan informan

dapat memberikan keterangan terkait dengan kondisi setempat dan juga memberikan keterangan yang melengkapi data penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, buku-buku dan laporan terkait program YES.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Wawancara menggunakan kuesioner dilakukan untuk memperoleh informasi dari responden berkaitan dengan topik penelitian. Wawancara menggunakan kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan tentang perubahan-perubahan dalam kerangka konsensual dan wawancara terbuka dilakukan untuk penelitian kualitatif. Pertanyaan tentang model Berlo sebanyak 34 pertanyaan, pertanyaan tentang prinsip Murphy sebanyak 22 pertanyaan dan untuk pertanyaan terbuka sebanyak 9 pertanyaan.

Berdasarkan uji validitas konstruk dengan IBM SPSS Statistics 26 diperoleh: 1) Instrumen penelitian tersebut valid, dengan koefisien validitas antara 0,403-0,826 artinya lebih besar daripada r tabel = 0,361 untuk n=30 uji 2 sisi pada taraf signifikansi 0,05. 2)) Instrument penelitian tersebut reliabel, dengan nilai reliabilitas berkisar antara 0,832-0,946.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diolah dan dianalisis dengan prosedur sebagai berikut: 1) Pendekatan statistik digunakan untuk menginterpretasikan Data. Excel digunakan untuk menghitung statistik deskriptif untuk variabel, 2) NVivo untuk mengolah data kualitatif dengan mengkoding masukan dan saran responden, dan 3) Data yang lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi pada kegiatan pendampingan terhadap pengusaha muda mengacu kepada adalah setiap komunikasi yang digunakan untuk membangun kolaborasi, peningkatan sumber daya manusia, pelayanan dengan sasaran untuk menciptakan nilai bagi bisnis/usaha peternakan yang dijalankan. Tujuan dalam berkomunikasi adalah untuk menginformasikan, mengajar, melakukan kolaborasi dalam bisnis/usaha peternakan. *Stakeholders* sebagai pendamping dalam bisnis/usaha pengusaha muda penerima hibah YES yaitu: *Distrik Implementation Team (DIT), Mobilizer, Fasilitator, Mentor, Finance Advisor (FA)*.

Analisis proses komunikasi bisnis mengacu kepada model komunikasi Berlo (manusia, pesan/Informasi, media dan hambatan) dan prinsip komunikasi bisnis Murphy (*Completeness, Conciseness, Consideration, Clarity dan Courtesy*). Dari hasil temuan di lapang diperoleh informasi sebagai berikut:

Sumber Informasi

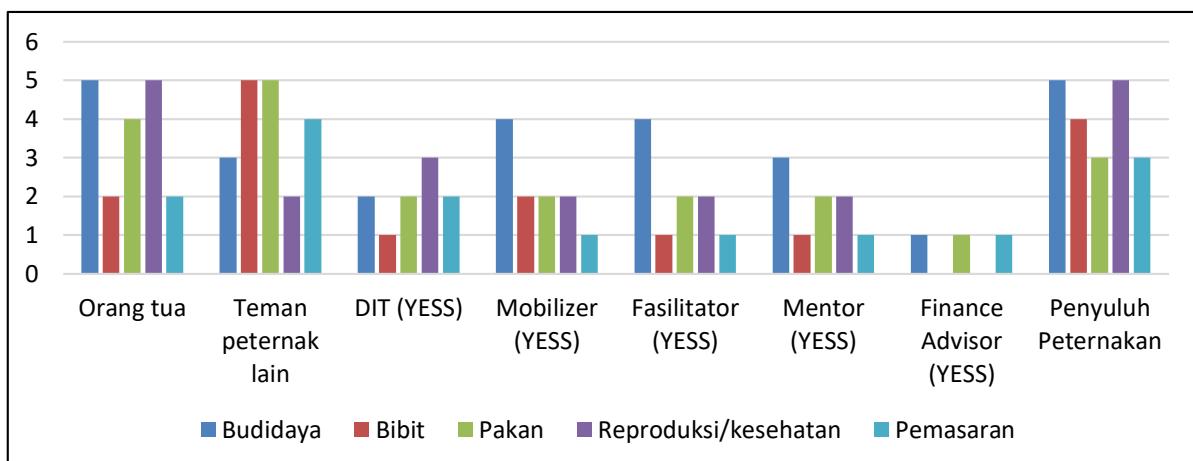
Berdasarkan hasil penelitian, demografi pendamping program YES adalah sebagai berikut: 1) Usia 17-25 (masa remaja akhir) sebanyak 7 orang, 26-35 (dewasa awal) sebanyak 8 orang, 36-45 (dewasa akhir) sebanyak 13 orang, 46-55 (lansia awal) 2 orang, 56-65 (lansia akhir) 1 orang; 2) Berdasarkan peran yaitu Fasilitator sebanyak 35,5%, *Mobilizer* dan *Mentor* masing-masing sebanyak 22,6%, DIT 12,9% dan FA sebanyak 6,5%; 3) Berdasarkan tingkat Pendidikan D3-S1 sejumlah 74,2%, 19,4% SMA dan 6,5% S2.

Menurut Jyoti & Sharma (2017), berbagai jenis program mentoring ada di organisasi, seperti program mentoring formal dan informal. Program pendampingan formal adalah rencana tindakan yang disengaja yang dilaksanakan oleh organisasi. Dalam program ini, organisasi menunjuk mentor, yang membimbing, melindungi, melatih, dan menasihati *mentee*, sedangkan dalam mentoring informal hubungan berkembang dengan sendirinya (Hansman, 2000 dalam Jyoti & Sharma, 2017)), yaitu, seseorang mendekati orang yang disukai (mentor) dan orang itu setuju untuk membentuk hubungan mentoring. Mentoring informal berkembang melalui interaksi timbal balik atau ketertarikan (Hu et al., 2016).

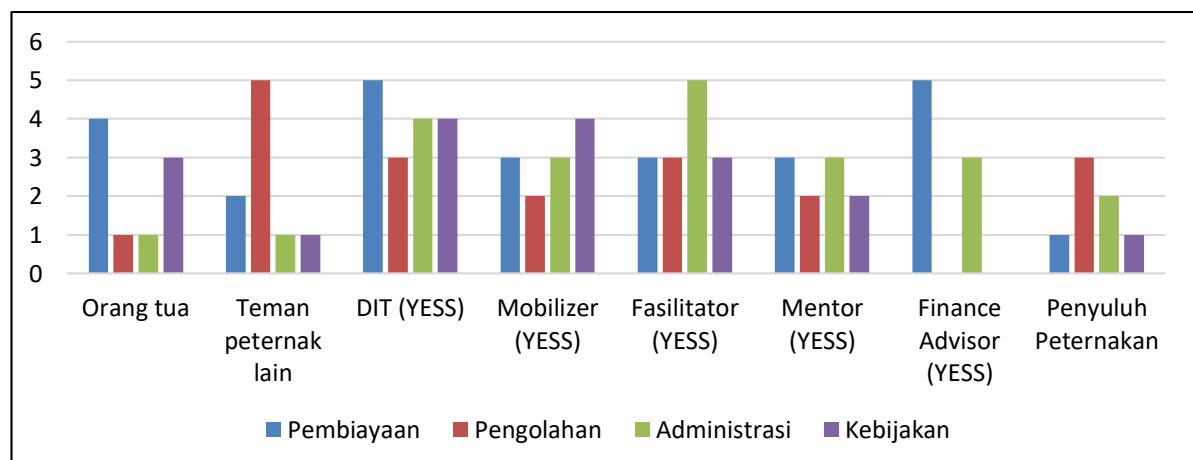
Berdasarkan hasil penelitian dari pertanyaan yang diberikan kepada PMHK, sumber informasi bagi PMHK dalam berbagai bidang baik di dalam program YES (formal) maupun di luar program YES (formal dan informal) dapat dilihat pada Gambar 1 dan 2.

Hasil penelitian menunjukkan fasilitator formal dalam program YES yaitu DIT, *Mobilizer, Fasilitator, Mentor, dan FA*. Sementara fasilitator di luar program YES yaitu penyuluhan peternakan (formal) dan orang tua dan teman (informal). Hasil penelitian pada Gambar 1 dan Gambar 2 menunjukkan bahwa fasilitator, mentor dan *mobilizer* memiliki peran sebagai sumber informasi dalam budidaya. Dalam administrasi dan kebijakan peran *mobilizer*, DIT, fasilitator dan mentor cukup besar. Namun hasil penelitian pun menunjukkan bahwa orang tua, teman dan penyuluhan di luar Program YES masih

menjadi sumber informasi utama bagi para PMHK YESS. Hal ini sejalan dengan temuan Gandasari et al. (2020) bahwa orang tua dan teman masih menjadi sumber informasi utama bagi pemuda selain stakeholders dan penyuluhan.



Gambar 1. Sumber Informasi bidang budidaya, bibit, pakan, reproduksi/kesehatan dan pemasaran



Gambar 2. Sumber Informasi bidang pembiayaan, pengolahan, administrasi dan kebijakan

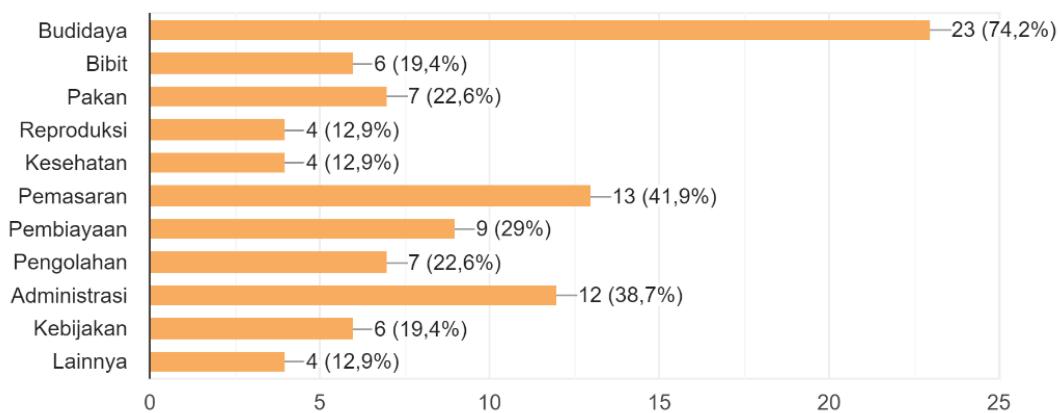
Menurut Shittu (2017) hubungan mentoring, baik formal maupun informal, dapat mempengaruhi niat kewirausahaan pemuda. Studi oleh Chao and Walz (1992) membandingkan fungsi mentoring dalam hubungan formal dan informal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa protégé dalam mentoring informal menerima lebih banyak dukungan karier dan psikososial dibandingkan dengan mereka yang berada dalam program mentoring formal. Hal ini menunjukkan bahwa mentor informal, seperti orang tua dan teman, dapat memberikan dukungan yang lebih personal dan berkelanjutan. Sejalan dengan Chao and Walz (1992), hasil penelitian Christensen and Poon (2022) menunjukkan bahwa mentor informal cenderung lebih sedikit menghadapi hambatan dibandingkan mentor lainnya.

Kebutuhan informasi terkait aspek kegiatan usaha dalam bisnis peternakan.

Informasi adalah elemen komunikasi yang penting dan perlu dibagikan untuk mencapai tujuan konvergen (Adnan & Jambari, 2016). Hasil penelitian menunjukkan informasi tertinggi Pendamping kepada PMHK adalah dalam budidaya, pemasaran dan administrasi (Gambar 3). Jika dikaji tentang kebutuhan informasi terkait aspek kegiatan usaha bagi PM Hibah Kompetitif menurut Pendamping adalah seperti pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1 Informasi agribisnis (hulu-hilir) masih sangat diperlukan dalam rangka penumbuhan peternak muda. Sebanyak 49% responden menyatakan perlu dan 40% menyatakan sangat perlu. Sehingga dapat dinyatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa informasi agribisnis (budidaya, bibit, pakan, IB, kesehatan, pemasaran, pembiayaan, pengolahan hasil dan

pengelolaan limbah) masih diperlukan dalam pendampingan terhadap pengusaha muda di bidang peternakan. Dari hasil kajian (Gandasari et al., 2014) menunjukkan bahwa bidang teknis masih menjadi fokus pembahasan dalam komunikasi antar *stakeholder*.



Gambar 3. Informasi Pendamping kepada PMHK pada masing masing aspek kegiatan/topik

Penguatan dan pengembangan pengusaha muda pertanian memerlukan informasi yang cukup untuk mencapai tujuannya. Informasi akan memberikan pilihan atau alternatif bagi komponen-komponen suatu sistem. Komponen sistem akan memberikan informasi sebagai pemecahan masalah (Gandasari, Suwardi, et al., 2020).

Tabel 1. Tingkat Kebutuhan Informasi Menurut Pendamping

No.	Topik	Tingkat Kebutuhan Informasi (Jumlah Responden)			
		Sangat Perlu	Perlu	Tidak Perlu	Sangat Tidak Perlu
1	Budidaya	12	14	0	5
2	Bibit	13	14	0	4
3	Pakan	13	14	0	4
4	Reproduksi/IB	9	20	0	3
5	Kesehatan	12	15	0	4
6	Pemasaran	16	12	0	4
7	Pembiayaan	12	17	0	2
8	Pengolahan hasil	11	16	1	3
9	Pengolahan limbah	13	14	0	4
Rata-rata		12	15	0	4
Rata-rata (%)		40	49	0	11

Dari pertanyaan terbuka kepada pendamping diperoleh informasi sebagai berikut:

“Dukungan dari hulu sampai hilir sangat penting. Semua aspek sangat dibutuhkan, dari hulu sampe hilir” (Pendamping A, Kabupaten 1, 15/6/2022)

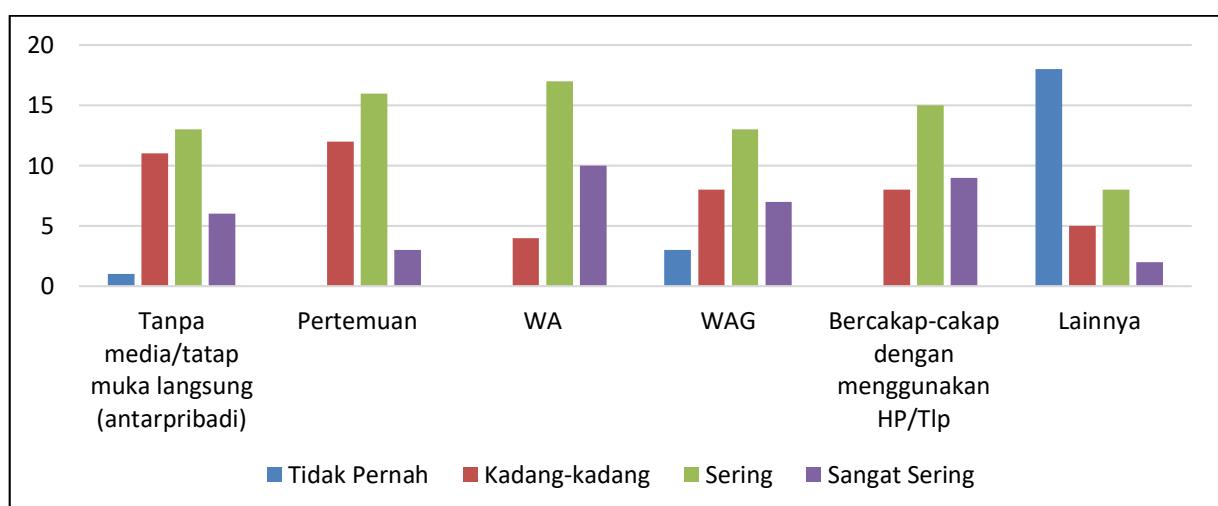
“perlu diadakannya masalah di teknik budidaya yang tepat. karna sebagus apapun sistem pemasaran, jikalau teknik budidaya nya minim, maka gakan mungkin akan mendapat keuntungan yang lebih, karna keberhasil budidaya itu, bukan dari pas memasarkn hasil di harga yang tinggi, tetapi di lihat priduksinya yang maksimal” (Pendamping B, Kabupaten 2, 23/6/2022).

Menurut Lankau & Scandura (2002), dalam hubungan mentoring, mentor membantu *mentee* memahami peran dan tanggung jawab pekerjaannya, yang sebagian besar menghilangkan ambiguitas pekerjaan dan ambiguitas peran. Selanjutnya, *coaching* dan *counselling* yang diberikan oleh mentor berkaitan dengan berbagai aspek pekerjaan serta organisasi diantaranya membantu mengembangkan *mentee* dalam menghasilkan kesuksesan dalam karir (Lester et al., 2011).

Penggunaan Media Informasi

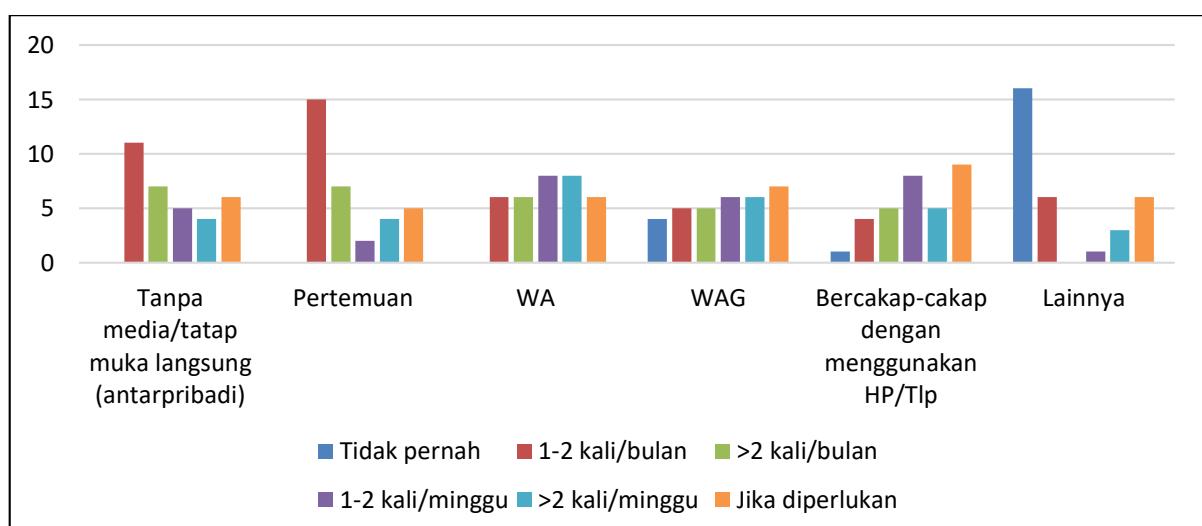
Media komunikasi merupakan alat interaksi yang dapat membangun strategi kolaborasi dan berbagi informasi (Gandasari et al., 2015a). Interaksi memungkinkan akses ke informasi yang diperlukan selama program berjalan (Adnan & Jambari, 2016; Alaceva & Rusu, 2015).

Berdasarkan penggunaan media informasi pada Gambar 4 menunjukkan tiga penggunaan media informasi terbesar yaitu *WhatsApp*, pertemuan, dan *Handphone/Telepon*. Pendampingan melibatkan interaksi langsung (tatap muka, pertemuan) maupun tidak langsung dengan menggunakan media (*Handphone*, telepon untuk berbicara dan *smartphone* untuk menggunakan aplikasi *WhatsApp*) antara *stakeholders* dan PMHK. Hasil temuan dimana *WhatsApp* merupakan aplikasi yang paling banyak dipergunakan, sejalan dengan temuan Dwidienawati et al. (2020) bahwa lebih banyak aktivitas dilakukan dengan *smartphone* dan *WhatsApp* paling banyak dipergunakan (Gandasari, Dwidienawati, Tjahjana, & Taopik, 2024).



Gambar 4. Penggunaan media informasi

Berdasarkan frekuensi penggunaan media informasi pada Gambar 5 menunjukkan frekuensi pertemuan 1-2 kali/bulan, tatap muka langsung (antarpribadi) 1-2 kali/bulan, *WhatsApp* 1-2 kali/minggu, bercakap-cakap melalui *Handphone/Telepon* jika diperlukan saja. Frekuensi interaksi antara kedua domain akan meningkatkan jumlah pengetahuan dan informasi yang dibagikan dan mendorong kepercayaan timbal balik dalam strategi bisnis dan Teknologi Informasi organisasi (Johson & Lederer, 2009 dalam Adnan & Jambari, 2016).



Gambar 5. Frekuensi Penggunaan Media Informasi

Efektivitas media untuk saluran komunikasi mempengaruhi jumlah informasi yang ditransmisikan yang dikomunikasikan di antara mereka, kemampuan mereka untuk saling memberikan umpan balik dan juga meningkatkan kemungkinan untuk mencapai saling pengertian atau keadaan konvergen (Johson & Lederer, 2009 dalam Adnan & Jambari, 2016). Konektivitas dan penggunaan media yang sesuai akan meningkatkan efektivitas komunikasi (Gandasari et al., 2015b). Kecukupan dan informasi yang andal penting dalam meningkatkan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas produk (Gandasari et al., 2022).

Hambatan Pendamping (DIT, Mobilizer, Fasilitator, FA, Mentor) dalam berkomunikasi dengan PMHK

Hambatan Pendamping berkomunikasi dengan PMHK dalam penelitian ini yaitu dalam ketersediaan sarana prasarana/media sebanyak 4 pertanyaan (media, pulsa dan internet), keterampilan dalam menggunakan media dalam berkomunikasi sebanyak 6 pertanyaan (*wa, zoom, Instagram, Facebook, proposal, laporan*), dan sebanyak 3 pertanyaan (pemenuhan permintaan laporan dan kecepatan memberikan *feedback*). Hambatan dalam komunikasi antara Stakeholders dengan PMHK dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hambatan Komunikasi antara Stakeholders dengan PMHK YESS

No.	Komponen	Hambatan (Jumlah Responden)		
		Tidak ada	Kadang-kadang	Ada
1	Ketersediaan media untuk berkomunikasi	12	19	0
2	Harga perangkat Media (<i>Handphone, laptop, Personal Computer</i> dan lain-lain)	11	13	7
3	Ketersediaan Pulsa	11	13	7
4	Ketersediaan Jaringan Internet	6	16	9
5	Keterampilan dalam menggunakan WhatsApp/WhatsApp Group	16	14	1
6	Keterampilan dalam menggunakan <i>zoom/Google Meet</i>	12	15	4
7	Keterampilan dalam menggunakan <i>Instagram</i>	17	9	5
8	Keterampilan dalam menggunakan <i>Facebook</i>	17	13	1
9	Keterampilan dalam membuat Proposal	5	21	5
10	Keterampilan dalam membuat Laporan	5	23	3
11	Pemenuhan permintaan laporan secara berkala	8	21	2
12	Pemenuhan kecepatan pendamping dalam memberikan <i>feedback</i>	8	20	3
13	Pemenuhan kecepatan PMHK dalam memberikan <i>feedback</i>	7	20	4

Masih ditemui hambatan dalam penyediaan media komunikasi. Keterampilan dalam menggunakan media dalam berkomunikasi sudah cukup baik dalam *WhatsApp, Instagram, dan Facebook*. Namun masih dijumpai permasalahan dalam menggunakan *zoom*, keterampilan dalam pembuatan proposal dan laporan. Dalam pemenuhan permintaan laporan dan kecepatan memberikan *feedback* juga masih kurang memadai.

Kesulitan untuk memahami masalah dan kebutuhan tim ini merupakan masalah kritis dalam komunikasi dan menghambat keberhasilan penyelarasan (Adnan & Jambari, 2016). Untuk terciptanya komunikasi bisnis yang efektif, maka stakeholders perlu memahami hambatan dalam komunikasi yang dijumpai oleh PMHK. Stakeholders harus mengambil posisi yang membantu PMHK, memahami masalah dan kebutuhan mereka. Dari pertanyaan terbuka kepada PMHK (Gambar 6) beberapa kebutuhan PMHK diantaranya adalah sosialisasi program, bimbingan teknis akan kebutuhan dalam komunikasi bisnis dan adanya pendampingan oleh pakar.

Komunikasi efektif akan menciptakan lingkungan kerja sama, menghilangkan hambatan dan memungkinkan koordinasi tindakan demi kepentingan kolektif, mengurangi beberapa kesenjangan yang ditemukan dalam interaksi antara Stakeholders dan PMHK (Reinhard & Bigueti, 2013; Roses et al., 2015; Tan & Gallupe, 2006). Hambatan harus dihilangkan atau diminimalisasikan agar komunikasi menjadi lebih efektif (Gandasari et al., 2014; Priansa, 2017). Pengurangan hambatan diantaranya adalah memperbanyak dialog dan berbagi pengetahuan antara stakeholders dan PMHK. Koordinasi dan sosialisasi program merupakan tindakan yang diperlukan demi kepentingan bersama. Upaya mengurangi hambatan dalam penggunaan sarana dan prasarana serta dalam berkomunikasi (menulis proposal/laporan) dapat dilakukan dengan bimbingan dan pendampingan oleh stakeholders/pakar.

Dukungan dan komunikasi Pendamping dengan PMHK dalam Program YES

Dukungan yang diberikan *Stakeholders* meliputi penjelasan tentang program-program pemerintah terkait peternakan, pelatihan usaha kepada peternak, fasilitasi magang, dukungan modal dan membantu pemasaran ternak.

Dukungan yang diberikan oleh semua *Stakeholders* sudah cukup memadai dalam memberikan penjelasan program kegiatan, fasilitasi pelatihan dan magang, bantuan permodalan dan bantuan dalam memasarkan produk. Dukungan lima tertinggi yang diberikan oleh pendamping pada Tabel 3 adalah membantu pemasaran ternak, melakukan pembimbingan dan pendampingan pembuatan proposal bisnis, menanyakan keadaan dan perkembangan usaha secara periodik, melakukan pembimbingan dan pendampingan usaha, dan melakukan pembimbingan dan pendampingan pembuatan laporan bisnis.

Tabel 3. Dukungan Pendamping terhadap PMHK dalam Program YES

No.	Dukungan	Tingkat Dukungan yang Diberikan (Jumlah Responden)			
		Sangat Sering	Sering	Kadang-kadang	Tidak Pernah
1	Memberikan penjelasan tentang program program pemerintah terkait peternakan	0	19	12	0
2	Memberikan pelatihan usaha kepada peternak	0	17	11	3
3	Memfasilitasi magang	1	9	17	5
4	Memberikan dukungan modal finansial	0	9	10	12
5	Membantu pemasaran ternak	9	21	1	0
6	Memfasilitasi teknologi produksi peternakan	0	10	10	11
7	Memfasilitasi kerjasama peternak dengan lembaga lainnya termasuk lembaga keuangan	0	13	16	2
8	Melakukan pembimbingan dan pendampingan pembuatan proposal bisnis	6	21	4	0
9	Melakukan pembimbingan dan pendampingan pembuatan laporan bisnis	3	18	10	1
10	Melakukan pembimbingan dan pendampingan usaha	3	19	9	0
11	Melakukan pembimbingan dan pendampingan promosi	1	18	12	1
12	Menanyakan keadaan dan perkembangan usaha secara periodik	5	19	7	0

Dalam pertanyaan terbuka kepada Pendamping, masukan dukungan lain yang diperlukan dalam pendampingan menurut Pendamping A dan D Kabupaten 1, 15/6/2022 adalah “mencari solusi percepatan produksi dan berinovasi dalam beternak dan diskusi dengan lintas kabupaten lain dalam berbagi pengalaman dan ilmu”. Selain dukungan, permasalahan juga diungkapkan oleh Pendamping C Kabupaten 2, 23/6/2022 yaitu: “Sangat sering melakukan pendampingan dan memberikan informasi tersebut, namun ada berbagai macam kendala. Contohnya, kurangnya SDM Penerima manfaat, kurangnya ketanggapan penerima manfaat dll.”



Gambar 6. Word Cloud saran dan masukan dari PMHK

Dari pertanyaan terbuka, masukan yang diberikan PMHK adalah untuk memperbanyak kegiatan bimbingan teknis oleh para pakar dari bidang peternakan, bimbingan teknis dalam pembuatan laporan, peningkatan hibah dalam bidang peternakan serta sosialisasi dan pematangan program YES. Gambar 6 menggambarkan saran-saran yang disampaikan oleh PMHK untuk perbaikan program.

Dukungan melalui pendampingan menurut beberapa Pendamping pada pertanyaan terbuka yaitu sebagai berikut:

- Sangat penting karena petani muda punya Semangat yang tinggi sehingga pendampingan diperlukan untuk memberikan arah dan tujuan pertanian pada program YES.
- Penting, karena namanya anak muda harus terus didampingi, jangan dilepas begitu saja. Harus terus didampingi. Apalagi mereka yg sudah mendapatkan Hibah kompetitif/ pelatihan. Anak muda biasanya cepat jenuh karena salah satu sifat anak muda itu masih banyak yang *mindset*-nya *instant*. Pengen serba cepat. Harus terus diberikan pemahaman dan motivasi tentunya.
- Ya penting apalagi bagi penerima Hibah Kompetitif (HK) untuk memantau sejauhmana perkembangan usaha dan penghasilannya.
- Penting, sebab program YES ini salah satu program besar sehingga dalam upaya menumbuhkan minat generasi muda terhadap sektor pertanian, kita harus dapat mengubah paradigma mereka, bahwa sektor pertanian merupakan sektor yang menarik dan menjanjikan apabila dikelola dengan tekun dan sungguh-sungguh, menanamkan kesadaran akan kebutuhan pangan nasional, sehingga pendampingan dan pelatihan sangat perlu agar dapat terarah jelas sehingga ada hasil yang jelas kedepannya.
- Sangat penting untuk sarana Control dan Evaluasi.
- Sangat penting, dgn adanya pendampingan PM dapat lebih telaten dan terpacu thd pertanian tersebut.
- Penting, untuk mendukung berhasilnya program YES yang sedang di laksanakan, dan untuk memberikan dukungan kepada petani milenial.
- Sangat penting, untuk memberi motivasi dan bimbingan terhadap usaha yang mereka jalankan.
- Untuk mengetahui sejauh mana perkembangan penerima manfaat juga dapat menjadi sarana untuk saling bertukar informasi juga berbagi pengalaman, maupun kendala yang dihadapi hingga diharapkan dapat saling memberikan solusi.
- Untuk mengetahui informasi perkembangan usaha di bidang pertanian.
- Penting, untuk melihat kemajuan usaha para penerima manfaat dan berdiskusi tentang kendala yang dihadapi dan cara penanggulangan kendala tersebut.
- Penting agar para petani di beripembekalan dalam menghadapi kendala hambatan yang terjadi baik hambatan internal maupun eksternal.
- Sangat penting karena kita perlu membimbing dan tumbuh bersama saling memberikan manfaat agar tetap dijalurnya.
- Penting dikarenakan kita bisa meng evaluasi,menganalisa para PM ke arah yang lebih baik
- Penting, karena kita bisa memantau perkembangan PM dan dapat mengevaluasi sejauh mana para Penerima Manfaat itu melakukan pekerjaan nya setelah diberikan manfaat oleh program YES.
- Sangat penting, agar terpantau keberlanjutannya dalam pemberdayaan kemampuan dan potensi.
- Sangat penting agar penerima manfaat Program YES terus terpantau Dan apabila ada kendala-kendala di lapangan kita lebih cepat dalam melakukan tindakan, serta dalam administrasi bisa lebih terta bagi mereka.
- Sangat penting, memastikan petani menjalankan usahanya dengan benar sehingga usahanya semakin berkembang.
- Pendampingan terhadap penerima manfaat sangatlah penting demi meminimalisir kegagalan usaha.
- Sangat penting, karena dalam berwirausaha selalu ada fluktuasi sehingga pendampingan diperlukan untuk menjaga motivasi dan arah usaha.
- Sangat penting, untuk membantu penerima manfaat dalam menghadapi kesulitan yang mereka hadapi dan untuk memperluas jaringan penerima manfaat.

- penting, karena sebagai penerima manfaat dalam program YESST harus terus dilihat dalam progres di sektor pertaniannya.
- yang mereka butuhkan itu bukan cuma bantuan secara materi saja, melainkan mereka butuh bimbingan di segi teknis, pemasaran, dan yang lainnya.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Payne & Huffman (2005) bahwa dalam pendampingan dapat meningkatkan respons emosional yang positif dan memperbaiki sikap seseorang dalam kelompok. Dalam organisasi bisnis, mentor membantu dalam memperbaiki sikap kerja *mentee* (Lankau et al., 2006). Temuan Nazarenko et al. (2021) bahwa metode pembinaan dan pelatihan berdampak positif pada tingkat budaya komunikasi bisnis. Pembinaan dalam proses pendidikan menciptakan kondisi kepuasan yang tinggi dengan kegiatan profesional masa depan, meningkatkan kualitas hidup, memperkenalkan inovasi kreatif dalam kegiatan profesional masa depan (Nazarenko et al., 2021). Namun berbeda halnya dengan temuan (Ragins et al., 2000) yang menunjukkan bahwa kehadiran mentor saja tidak otomatis mengarah pada hasil kerja yang positif; hasilnya mungkin tergantung pada kualitas hubungan dalam pendampingan.

Komunikasi menjelaskan tingkat efektivitas komunikasi antara pendamping dengan PMHK yaitu komunikasi yang menjawab semua pertanyaan dan memberikan tambahan jawaban bila diinginkan/diperlukan (*completeness*), jawaban/pernyataan singkat, jelas, dan relevan (*conciseness*), fokus kepada pihak lain (*consideration*), kalimat jelas dan mudah dipahami (*clarity*), serta disampaikan dengan sopan (*courtesy*). Tabel 4 menggambarkan komunikasi pendamping dengan PMHK.

Tabel 4. Efektivitas Komunikasi Pendamping terhadap PMHK dalam Program YESST

No	Komunikasi	Frekuensi (%)			
		Sangat Sering	Sering	Kadang-kadang	Tidak Pernah
1	<i>Completeness</i>	27	40	30	3
2	<i>Conciseness</i>	25	48	23	4
3	<i>Consideration</i>	30	48	20	2
4	<i>Clarity</i>	30	54	14	2
5	<i>Courtesy</i>	37	44	16	3

Komunikasi yang terjalin antara *Stakeholders* dan PMHK sudah memadai. Sebagian besar sudah memberikan komunikasi yang *conciseness* (73%), *consideration* (78%), *clarity* (84%) dan *courtesy* (81%). Namun untuk *completeness* masih belum memadai dengan persentase sebesar 67%.

Komunikasi yang efektif mengharuskan *stakeholders* mengamati perspektif PMHK dalam mengekspresikan diri mereka dan sebaliknya. Kapan pun diperlukan, *Stakeholders* harus melakukan koreksi terhadap konsepsi bersama yang terdistorsi melalui penjelasan dan pertanyaan yang produktif dengan menjawab dan memberikan tambahan jawaban yang diperlukan secara singkat, jelas dan tidak berulang-ulang, sehingga komunikasi yang efektif dapat terjalin. Hal ini sejalan dengan pernyataan Roses et al. (2015) komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang memberikan pertanyaan dan jawaban yang produktif. Penjelasan dan pertanyaan yang produktif akan mendukung dan mempertahankan tujuan strategis komunikasi bisnis (Roses et al., 2015). Komunikasi yang efektif dapat meminimalkan insiden kesalahpahaman terhadap makna dari informasi yang dikomunikasikan (Adnan & Jambari, 2016). Dengan demikian, mempromosikan pengembangan keterampilan komunikasi yang efektif melalui pembinaan dan pendampingan dapat menciptakan kondisi kepuasan yang tinggi dan meningkatkan kualitas hidup (Nazarenko et al., 2021).

Implikasi teoritis penelitian ini adalah memperkaya literatur mengenai komunikasi bisnis dalam program pendampingan kewirausahaan muda di sektor pertanian (khususnya di Indonesia); hasil temuan mendukung model komunikasi Berlo dengan mengidentifikasi faktor manusia, pesan, media, dan hambatan komunikasi dalam konteks pendampingan usaha peternaka yang dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang strategi komunikasi dalam program mentoring bisnis; hasil temuan tentang komunikasi yang bersifat interpersonal dan berbasis kepercayaan dapat meningkatkan pemahaman dan kinerja peserta program mendukung teori bahwa coaching dan mentoring memainkan peran penting dalam pengembangan pengusaha muda.

Implikasi Manajerial diantaranya adalah: 1) Optimalisasi Pendampingan dan Pembinaan. *Stakeholder* program YES perlu memperkuat skema pendampingan dengan meningkatkan keterampilan komunikasi para pendamping, terutama dalam aspek penyampaian informasi agribisnis dari hulu ke hilir agar peserta program lebih siap dalam mengelola usaha mereka. 2) Peningkatan Infrastruktur Digital. Hambatan komunikasi seperti keterbatasan jaringan internet dan kurangnya keterampilan dalam penggunaan media digital dapat diminimalkan dengan pelatihan intensif dan penyediaan infrastruktur yang lebih baik bagi peserta program. 3) Peningkatan Kualitas dan Kecepatan Respons Komunikasi. Temuan menunjukkan bahwa kecepatan dalam memberikan umpan balik masih kurang memadai. Oleh karena itu, manajemen program perlu menetapkan standar waktu respons yang lebih cepat serta sistem monitoring untuk memastikan komunikasi berjalan efektif. 4) Penyediaan Sumber Informasi yang Lebih Komprehensif. Informasi yang dibutuhkan oleh peserta program meliputi aspek budidaya, pemasaran, dan administrasi. Oleh karena itu, perlu adanya materi yang lebih sistematis dan komprehensif dalam bentuk modul, webinar, atau konsultasi rutin dengan pakar. 5) Meningkatkan Keterlibatan Pakar dan Praktisi. Salah satu rekomendasi dari peserta program adalah peningkatan keterlibatan pakar dalam pelatihan teknis. Manajemen program dapat memperluas kerja sama dengan akademisi, praktisi bisnis, dan mentor yang memiliki pengalaman dalam agribisnis. 6) Evaluasi dan Perbaikan Berkelaanjutan. Untuk meningkatkan efektivitas program, manajemen harus melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas komunikasi dan pendampingan. Hal ini bisa dilakukan melalui survei kepuasan peserta dan forum diskusi terbuka antara pendamping dan peserta.

Kebaruan ilmiah dari penelitian ini adalah bahwa studi komunikasi bisnis pada program YES dilakukan untuk pertama kalinya di Indonesia. Analisis hasil penelitian memberikan dasar untuk pengembangan kerangka metodologis untuk implementasi pembinaan aktif pada pengusaha muda bidang pertanian.

Nilai dari penelitian ini adalah memungkinkan untuk mengidentifikasi bidang untuk penelitian lebih lanjut. Menurut pendapat kami, area yang menjanjikan termasuk penggunaan pembinaan yang dikombinasikan dengan berbagai metode dan teknologi.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Sumber informasi dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat meliputi fasilitator formal dalam program YES (DIT, *Mobilizer*, *Fasilitator*, *Mentor*, dan FA) dan fasilitator di luar program YES yaitu penyuluh peternakan (formal) dan orang tua dan teman (informal). 2) Informasi tertinggi Pendamping kepada PMHK adalah dalam budidaya, pemasaran dan administrasi. Berdasarkan kajian tentang kebutuhan informasi terkait aspek kegiatan usaha bagi PM Hibah Kompetitif bahwa informasi agribisnis (hulu-hilir) masih sangat diperlukan dalam rangka penumbuhan peternak muda. Sebanyak 49% responden menyatakan perlu dan 40% menyatakan sangat perlu. Secara keseluruhan informasi agribisnis (budidaya, bibit, pakan, IB, kesehatan, pemasaran, pembiayaan, pengolahan hasil dan pengelolaan limbah) masih diperlukan dalam pendampingan terhadap pengusaha muda di bidang peternakan. 3) Penggunaan media informasi dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat terbesar adalah *WhatsApp*, pertemuan, dan *Handphone*/Telepon. Berdasarkan frekuensi penggunaan media informasi menunjukkan frekuensi pertemuan 1-2 kali/bulan, tatap muka langsung (antarpribadi) 1-2 kali/bulan, *WhatsApp* 1-2 kali/minggu, bercakap-cakap melalui *Handphone*/Telepon jika diperlukan saja. 4) Masih ditemui hambatan dalam penyediaan media komunikasi, keterampilan dalam menggunakan *zoom* dan keterampilan dalam pembuatan proposal/laporan, pemenuhan permintaan laporan dan kecepatan memberikan *feedback*. 5) Dukungan yang diberikan dalam pendampingan YES Bidang Peternakan di Jawa Barat diantaranya adalah membantu pemasaran ternak, melakukan pembimbingan dan pendampingan pembuatan proposal bisnis, menanyakan keadaan dan perkembangan usaha secara periodik, melakukan pembimbingan dan pendampingan usaha dan pembuatan laporan bisnis. Komunikasi yang terjalin antara *Stakeholders* dan PMHK sebagian besar sudah memberikan komunikasi yang *conciseness* (73%), *consideration* (78%), *clarity* (84%) dan *courtesy* (81%). Namun untuk *completeness* masih belum memadai dengan persentase sebesar 67%.

Keterbatasan penelitian ini adalah kajian hanya dilakukan di Jawa Barat, sehingga tidak bisa menggeneralisasikan hasil temuan dan penelitian. Penelitian lanjutan diperlukan untuk mengkaji lebih banyak responden Program YES dalam bidang pertanian se-Indonesia dan kajian lain diperlukan untuk menggali permasalahan lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, N. M., & Jambari, D. I. (2016). Mutual understanding determinants for effective communication in business and its strategic alignment planning. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 6(6), 914–921. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.6.6.1376>
- Alaceva, C., & Rusu, L. (2015). Barriers in achieving business/IT alignment in a large Swedish company: What we have learned? *Computers in Human Behavior*, 51, 715–728. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.007>
- Anwarudin, O., Sumardjo, S., Satria, A., & Fatchiya, A. (2020a). Peranan Penyuluhan Pertanian Dalam Mendukung Keberlanjutan Agribisnis Petani Muda Di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 13(1), 17. <https://doi.org/10.33512/jat.v13i1.7984>
- Anwarudin, O., Sumardjo, S., Satria, A., & Fatchiya, A. (2020b). The Entrepreneurial Capacity of Young Farmers on Agribusiness Activities in West Java. *Jurnal Penyuluhan*, 16(2), 267–276. <https://doi.org/10.25015/16202031039>
- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Chao, G. T., & Walz, P. A. T. M. (1992). Formal and Informal Mentorships: A Comparison on Mentoring Functions and Contrast with Nonmentored Counterparts. *Personnel Psychology*, 45, 619–636.
- Christensen, K. M., & Poon, C. Y. S. (2022). Exploring Friend's Parents and Family Friends as Natural Mentors for Youth: Contexts, Motivation, and Barriers. *Journal of Child and Family Studies*, 31, 2947–2959.
- DeVito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia* (L. Saputra, Y. Wahyu, & Y. Prihantini (eds.)). Karisma Publishing Group.
- Dwidienawati, D., Abdinagoro, S. B., & Gandasari, D. (2020). Online Activities in Indonesia Young Generation : The Raise of Mobile Phone Usage. *International Journal of Advance Science and Technology*, 29(10), 188–196.
- Effendy, L., Nasrul, M., Purba, E., Mardia, Haryanto, Y., Amruddin, Suryanti, R., Anwarudin, O., Permatasari, P., Gandasari, D., Sugiarto, M., Rusdiyana, E., & Basriwijaya, K. (2022). *Dasar-dasar Penyuluhan Pertanian*. Yayasan Kita Menulis.
- Eniola, A. (2017). How do novice business coaches identify the boundary between coaching and counselling?. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring Special Issue*, 11(15), 84–100.
- Farmer, B. (2005). Mentoring Communication. *Review of Communication*, 5(2–3), 138–144. <https://doi.org/10.1080/15358590500297003>
- Gandasari, D., Dwidienawati, D., Tjahjana, D., & Sugiarto, M. (2021). The study on the performance of beef cattle farmer groups as an economic institution in indonesia: Based on the communication networks. *Estudios de Economía Aplicada*, 39(4), 1-13. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i4.4572>
- Gandasari, D., Dwidienawati, D., Tjahjana, D., & Sugiarto, M. (2022). Social Network Analysis : Local and Global Centrality as the Communication Network Structure in the Beef Cattle Farmer Groups. *International Journal of Industrial Engineering & Production Research*, 33(2), 1–17. <https://doi.org/10.22068/ijiepr.33.2.12>
- Gandasari, D., Dwidienawati, D., Tjahjana, D., & Sugiharto, M. (2024). Literature Review on Communication in Business Research Using the Bibliometric Method. *Proceeding EMCEI, May*.
- Gandasari, D., Dwidienawati, D., Tjahjana, D., & Taopik, O. A. (2024). The acceptance of social media as a channel of communication and livestock information for sheep farmers. *Open Agriculture*, 9(1). <https://doi.org/10.1515/opag-2022-0354>
- Gandasari, D., Sarwoprasodjo, S., Ginting, B., & Susanto, D. (2014). Performance of The Member of Orchid Consortium Mailing List. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 12(1), 1-6. <https://doi.org/10.46937/1220148567>

- Gandasari, D., Sarwoprasodjo, S., Ginting, B., & Susanto, D. (2015a). Proses Kolaboratif Antar Pemangku Kepentingan pada Konsorsium Anggrek Berbasis Komunikasi. *MIMBAR*, 31(1), 81–91.
- Gandasari, D., Sarwoprasodjo, S., Ginting, B., & Susanto, D. (2015b). SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES Factors Affecting the Effectiveness of Alliance Communication in Orchid Consortium in Indonesia. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 23(2), 325–337.
- Gandasari, D., Sulistyowati, D., Kusmiyati, & Muslihat, E. J. (2020). The Characteristics, Socialization by Parents and the Perception of Youth towards Employment in Agriculture in Indonesia. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(03), 1004–1012. <https://doi.org/10.61841/qw1rdn19>
- Gandasari, D., Suwardi, S., Wihansah, R., Wardani, & Taopik, O. (2020). Analysis of agribusiness communication network among beef cattle farmers: Case study at sarimulya mandiri as the beginner's farmers group. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3), 5339–5347.
- Green Pillars. (2024). *The Importance of Communication in Agricultural Extension*. Green Pillars Organization.
- Hu, C., Wang, S., Wang, Y. H., Chen, C., & Jiang, D. Y. (2016). Understanding attraction in formal mentoring relationships from an affective perspective. *Journal of Vocational Behavior*, 94, 104–113. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2016.02.007>
- Irwansyah. (2017). *Komunikasi Bisnis*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Jyoti, J., & Sharma, P. (2017). La investigación empírica de una variable moderadora y mediadora entre el mentoring y el desempeño laboral: modelo estructural. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 33(1), 55–67. <https://doi.org/10.1016/j.rpt.2017.01.002>
- Kusumastuti, Y. I. (2009). *Komunikasi Bisnis*. Penerbit IPB Press.
- Lankau, M. J., Carlson, D. S., & Nielson, T. R. (2006). The mediating influence of role stressors in the relationship between mentoring and job attitudes. *Journal of Vocational Behavior*, 68(2), 308–322. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2005.06.001>
- Lankau, M. J., & Scandura, T. A. (2002). An investigation of personal learning in mentoring relationships: Content, antecedents, and consequences. *Academy of Management Journal*, 45(4), 779–790. <https://doi.org/10.2307/3069311>
- Leeuwis, C. (2009). *Komunikasi untuk Inovasi Pedesaan: Berpikir Kembali tentang Penyuluhan Pertanian*. Canisius.
- Lester, P. B., Hannah, S. T., Harms, P. D., Vogelgesang, G. R., & Avolio, B. J. (2011). Mentoring impact on leader efficacy development: A field experiment. *Academy of Management Learning and Education*, 10(3), 409–429. <https://doi.org/10.5465/amle.2010.0047>
- Lightfoot, I. (2019). Insight events in coaching sessions. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 2019(SpecialIssue13), 94–101. <https://doi.org/10.24384/952t-7w52>
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Lubis, D. P., Mugniesyah, S. S., Purnaningsih, N., Riyanto, S., Kusumastuti, Y. I., Hadiyanto, Saleh, A., Sumardjo, Saswoprasodjo, S., Amanah, S., & Fatchiya, A. (2010). *Dasar-dasar Komunikasi*. Sains KPM IPB Press.
- Murphy, H., Hildebrandt, H., & Thomas, J. (1988). *Effective Business Communication* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Nazarenko, H. A., Fast, O. L., Medynska, N. M., Grytsenko, S. P., & Salata, H. V. (2021). Coaching as an innovative method of developing business communication culture. *Journal of Educational and Social Research*, 11(6), 57–67. <https://doi.org/10.36941/jesr-2021-0128>
- Nugraha, Y. A. (2012). *Hubungan Orang Tua, Media Massa dan Teman dengan Sikap Pemuda Terhadap Pekerjaan di Bidang Pertanian. Kasus Pemuda di Desa Cipendawa dan Desa Sukatani, Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur (tesis)*. Institut Pertanian Bogor.

- Pamungkaslara, S. B., & Rijanta, R. (2017). Regenerasi Petani Tanaman Pangan di Daerah Perkotaan dan Perdesaan Kabupaten Grobogan. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(3), 228723. <https://doi.org/10.14203/jbi.v6i3.228723>
- Payne, S., & Huffman, A. (2005). A Longitudinal Examination of the Influence of Mentoring on Organizational Commitment and Turnover. *The Academy of Management Journal*, 48(1), 158–168. <https://doi.org/10.5465/amj.2005.15993166>
- Pearson, J. C., Nelson, P. E., Titsworth, S., & Harter, L. (2011). *Human Communication*. Mc Graw Hill.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setis.
- Ragins, B. R., Cotton, J. L., & Miller, J. S. (2000). Marginal mentoring: The effects of type of mentor, quality of relationship, and program design on work and career attitudes. *Academy of Management Journal*, 43(5), 1177–1194. <https://doi.org/10.2307/1556344>
- Reinhard, N., & Bigueti, J. R. (2013). The Influence of Shared Mental Models Between the CIO and the Top Management Team on the Strategic Alignment of Information Systems: a Comparison Between Brazilian and US Companies. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 10(3), 503–520. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752013000300003>
- Roses, L. K., Brito, J. C. B., & Lucena, G. J. de. (2015). Conversational competences model for information technology and business strategic alignment. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 12(1). <https://doi.org/10.4301/s1807-17752015000100007>
- Sairi, A. (2015). Peran Petugas Penyuluhan Pertanian Dalam Mengembangkan Budidaya Padi Di Desa Sumber Sari Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara. *EJurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 150–164.
- Saleh, R., Oktafiani, I., & Sitohang, M. Y. (2021). Sulitnya Regenerasi Petani pada Kelompok Generasi Muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.62533>
- Shittu, A. I. (2017). Promoting Youth Entrepreneurship: The Role of Mentoring. In S. Ayele, S. Khan, & J. Sumberg (Eds.), *Africa's Youth Employment Challenge: New Perspectives* (Vol. 48, Issue 3, pp. 144–154). IDS Bulletin.
- Subejo. (2020). Masa Depan Pangan dan Regenerasi Petani. *Harian Kompas*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Penerbit Alfabeta.
- Suyatni, S., & Zanny, S. A. (2019). *Aplikasi Komunikasi Bisnis*. Salemba Empat.
- Tan, F. B., & Gallupe, R. B. (2006). Aligning business and information systems thinking: A cognitive approach. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 53(2), 223–237. <https://doi.org/10.1109/TEM.2006.872243>
- Tegene, T., Wims, P., Gebeyehu, D., & Abo, T. (2023). Analysis of communication approaches used in agricultural extension : Case of Wolaita Zone , Southern Ethiopia. *Local Development & Society*, 4(2), 348–369. <https://doi.org/10.1080/26883597.2023.2173635>
- Wati, R. I., Subejo, S., & Maulida, Y. F. (2021). Problematika, Pola, Dan Strategi Petani Dalam Mempersiapkan Regenerasi Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 27(2), 187. <https://doi.org/10.22146/jkn.65568>
- Wotruba, S. (2016). Leadership Team Coaching; a trust-based coaching relationship. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 10, 98–109. <https://doi.org/10.24384/000000000>