

**ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI DALAM AGROINDUSTRI KERIPIK UBI
DI KELURAHAN SIALANG RAMPAI KECAMATAN TENAYAN RAYA KOTA
PEKANBARU**

Jumiatun*, Eri Sayamar, Yulia Andriani****

Abstract

Sialang Rampai Village is a center of cassava chips agroindustry in Pekanbaru City and cassava chips is a superior product in Sialang Rampai Village. One obstacle in cassava chips agroindustry is the lack of information on production technology and marketing. Therefore to obtain the information needed, the craftsmen of cassava chips will make communication relationships among craftsmen and with external actors in agroindustry who can provide information. The purposes of this research were: (1) to analyze the communication network about the production of cassava chips agroindustry in Sialang Rampai Village, Tenayan Raya district, Pekanbaru City.; (2) to analyze communication network about marketing of cassava chips agroindustry in Sialang Rampai Village, Tenayan Raya district, Pekanbaru City. The locations were selected intentionally and census was applied to interview 10 cassava chip craftsman who have product brand and business license. The results of this study indicate that in information about production, thirteen actors were involved in the communication network, namely ten sweet potato chips craftsmen and three external actors who provide the production facilities for cassava chip production. Stars in the communication network regarding production for internal actors was Mr. Sutarto and for external actors cassava farmers, groceries and firewood sellers. Whereas regarding marketing information, there were thirteen actors involved in the communication, ten actors of cassava chips craftsmen and three external actors which were the marketing institution of cassava chips. Stars in the communication network regarding marketing for internal actors was Mr Maswi and for external actors were the retailers.

Keywords: communication network; cassava chips; agroindustry, stars

* **Jumiatun** adalah Mahasiswa Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau

** **Eri Sayamar, Yulia Andriani** adalah Staf Pengajar Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau

I. PENDAHULUAN

Kelurahan Sialang Rampai menjadi sentra agroindustri keripik ubi terbesar di Kota Pekanbaru dan keripik ubi adalah produk unggulan di Kelurahan Sialang Rampai. Agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai melakukan proses produksi dengan menggunakan teknologi yang sederhana dan secara manual yaitu dengan menggunakan tenaga kerja manusia dan dilakukan secara kontiniu dengan skala rumah tangga.

Menurut Bapak Sutarto , asal muasal keripik ubi dilatarbelakangi dengan keterbatasan penghasilan suami dan melimpahnya bahan baku ubi kayu. Pada tahun 2007 dibuatlah sebuah kelompok kerja dilingkungan RW 7 yaitu Ibu PKK yang bernama kelompok Usaha Bersama. Perbedaan yang dibuat oleh Bapak RW 7 ini dalam membuat konsep bisnis ini adalah dibahan bakunya yaitu menggunakan ubi kayu hasil petani yang berada disekitar Kelurahan Kulim dan penggorengan dengan kayu bakar sehingga rasa dan kualitasnya cukup berbeda dengan keripik biasa. Perkembangan agroindustri keripik ubi dimulai dari satu unit industri hingga sekarang dikenal sebagai sentra agroindustri keripik ubi.

Dalam melakukan produksi keripik ubi maka pengrajin memerlukan informasi atau bertukar informasi dengan pengrajin lainnya. Informasi yang memadai dapat membantu meningkatkan pengetahuan untuk memproduksi produk yang berkualitas dan memasarkan hasil produknya dengan daya jual yang lebih tinggi. Aliran dan pertukaran informasi ini dapat dianalisis dengan menggunakan jaringan komunikasi.

Analisis jaringan komunikasi berperan dalam mengidentifikasi aliran informasi, pertukaran informasi dan mengetahui peran dari masing-masing individu (aktor) dalam jaringan, termasuk mengidentifikasi aktor sentral yang berperan penting dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai. Tujuan penelitian komunikasi menggunakan analisis jaringan komunikasi adalah untuk memahami gambaran umum mengenai interaksi manusia dalam suatu sistem.

Penelitian ini bertujuan: *Pertama*, menganalisis jaringan komunikasi mengenai produksi dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai. *Kedua*, menganalisis jaringan komunikasi mengenai pemasaran dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Monge dan Contractor (2003) jaringan komunikasi adalah pola-pola hubungan yang timbul oleh adanya aliran pesan (tukar-menukar pesan) diantara pelaku komunikasi sepanjang waktu. Pesan disini dimaknai sangat luas yang meliputi data, informasi,

pengetahuan, gambar-gambar, simbol dan berbagai bentuk lain yang dapat dipertukarkan dari satu aktor ke aktor lain dalam sebuah jaringan. Jaringan komunikasi terdiri dari pola-pola hubungan komunikasi yang teratur yang berkembang diantara anggota dalam suatu kelompok dengan menggunakan berbagai bentuk komunikasi (seperti pertemuan, telepon, surat dan lain-lain) untuk mencapai tujuan tertentu.

Peranan dalam jaringan komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut. 1) Aktor (node) tidak selalu berupa individu, bisa juga organisasi, negara, institusi dan sebagainya (Scott *et al*, 2008), 2) Link (edge) relasi antar aktor yang dilambangkan dalam satu garis yang menghubungkan antar aktor, 3) Komponen adalah pengelompokan aktor yang sekurangnya mempunyai satu link dalam jaringan, 4) Klik adalah pengelompokan aktor yang ditandai dengan adanya relasi antar aktor secara lengkap dan maksimal, 5) Bridges adalah jembatan yang menghubungkan dua kelompok terpisah dalam suatu jaringan, 6) Hubs adalah merujuk kepada aktor yang mempunyai koneksi paling banyak dalam jaringan (Golbeck, 2013). 7) Cutpoints adalah aktor yang menjadi perekat dari jaringan, bila tidak ada aktor tersebut maka jaringan akan terpecah, dan 8) Pemencil (isolate) adalah aktor yang tidak mempunyai satu pun link dengan aktor lain dalam jaringan.

Rogers dan Kincaid (1981) menjelaskan bahwa analisis jaringan komunikasi adalah merupakan metode penelitian untuk mengidentifikasi struktur komunikasi dalam suatu sistem, dimana data hubungan mengenai arus komunikasi dianalisa menggunakan beberapa tipe hubungan hubungan interpersonal sebagai unit analisa. Tujuan penelitian komunikasi menggunakan analisis jaringan komunikasi adalah untuk memahami gambaran umum mengenai interaksi manusia dalam suatu sistem.

Beberapa hal yang dapat dilakukan dalam analisis jaringan komunikasi adalah: (1) mengidentifikasi klik dalam suatu sistem, (2) mengidentifikasi peranan khusus seseorang dalam jaringan komunikasi, misalnya sebagai *liaisons*, *bridges* dan *isolated*, dan (3) mengukur berbagai indikator (indeks) struktur komunikasi, seperti keterhubungan klik, keterbukaan klik, keintegrasian klik, dan sebagainya. Klik dalam jaringan komunikasi adalah bagian dari sistem (sub sistem) dimana anggota-anggotanya relatif lebih sering berinteraksi satu sama lain dibandingkan dengan anggota-anggota lainnya dalam sistem komunikasi (Rogers & Kincaid, 1981).

Scott (2000) menyatakan indikator terhadap jaringan dapat dilihat dari beberapa derajat pengukuran yakni :

1. Hubungan (*connectedness*)

Hubungan adalah derajat dimana anggota-anggota sistem berhubungan dengan anggota-anggota lain dalam sistem. Nilai koneksi diukur dengan membandingkan semua ikatan yang sedang terbentuk dengan kemungkinan hubungan yang mungkin terjadi.

2. Sentralitas (*centrality*)

Sentralitas merupakan pengukuran terhadap jaringan komunikasi yang ditemukan dalam konsep *sosiometric* sebagai *star* yakni orang yang populer dalam kelompoknya atau yang berdiri di pusat perhatian. Sentralitas dibagi menjadi dua, sentralitas lokal (*local centrality*) dan sentralitas global (*global centrality*). Sentralitas lokal adalah derajat dimana seorang individu berhubungan dengan individu lain dalam sistem. Nilai sentralitas global menunjukkan jumlah ikatan yang dibutuhkan seseorang untuk menghubungi semua individu dalam jaringan. Semakin kecil nilai sentralitas global menunjukkan semakin mudah bagi seseorang untuk menghubungi semua individu dalam jaringan.

3. Kebersamaan (*betweeness*)

Kebersamaan dari individu mengukur keberadaan agen yang dapat memainkan bagian potensial sebagai *broker* atau *gatekeeper* untuk mengukur semua titik lainnya. Keseluruhan kebersamaan dihitung sebagai sebagian jumlah dari nilai dalam kolom matrik.

III. METODOLOGI

3.1 Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Sialang Rampai Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena Kelurahan Sialang Rampai merupakan sentra agroindustri keripik ubi di Kota Pekanbaru.

3.2 Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel

Metode penelitian ini menggunakan metode sensus yaitu mengambil seluruh populasi yang ada untuk dijadikan sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh agroindustri keripik ubi yang telah terdaftar memiliki izin usaha di Kelurahan Sialang Rampai Kecamatan Tenayan Raya. Metode pengambilan data adalah dengan wawancara. Wawancara menggunakan kuesioner yang telah disiapkan digunakan untuk mengetahui karakteristik responden dan jaringan komunikasi dalam agroindustri keripik ubi.

Tabel 1. Data agroindustri keripik ubi (merk dagang) Kelurahan Sialang Rampai 2017

No.	Nama	Tahun
1.	Keripik ubi mak uwo	2008
2.	Keripik ubi vika	2012
3	Keripik ubi primadona	2010
4.	Win snack	2015
5.	Keripik ubi pika sari	2012
6.	Keripik ubi ibu suri	2010
7.	Keripik ubi langgeng bersama	2015
8.	Home industri	2007
9.	Keripik ubi putri kulim	2012
10	Keripik ubi dua bersaudara	2010

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara menggunakan kuesioner seperti identitas responden, karakteristik personal pengrajin dan jaringan komunikasi dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai. Data Sekunder yaitu data didapatkan dari pihak-pihak yang berkaitan dengan lokasi penelitian seperti Kelurahan Sialang Rampai, Dinas Perindustrian Kota Pekanbaru dan Kecamatan Tenayan Raya.

3.4 Analisis Data

3.4.1 Analisis Sosiometri

Analisis sosiometri digunakan untuk menggambarkan data kuantitatif mengenai pola komunikasi antar individu dalam sistem. Analisis sosiometri ini dibuat matriks komunikasi. Jika terdapat komunikasi antar pengrajin keripik ubi maka direpresentasikan dengan angka 1, sedangkan jika tidak terdapat hubungan komunikasi direpresentasikan dengan angka 0. Selanjutnya matriks hubungan komunikasi antar pengrajin keripik ubi divisualisasikan dalam bentuk sosiogram menggunakan software UCINET VI. UCINET VI yaitu software analisis jaringan komunikasi yang dikembangkan oleh Borgatti *et al* 2002 dalam Prell 2012.

3.4.2 Analisis Jaringan Komunikasi

Analisis jaringan komunikasi merupakan metode mendeskripsikan jaringan komunikasi dengan sosiogram, yang bertitik tolak dari analisis konvergensi yang berlandaskan pada teori cybernetic, yakni teori yang memandang tingkah laku manusia dari perspektif sistem-sistem (Rogers & Kincaid, 1981). Analisis jaringan komunikasi dihitung dengan software UCINET VI. Indikator analisis jaringan komunikasi pada agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Variabel analisis jaringan komunikasi dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai

Variabel	Indikator	Sumber
Jaringan komunikasi (Y)	Produksi (Y1) Pemasaran (Y2)	Zulkarnain (2015)

3.4.2 Analisis Jaringan Ditingkat Individu

Analisis jaringan ditingkat individu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sentralitas lokal, sentralitas global, kebersamaan dan keterhubungan. Diperolehnya nilai derajat sentralitas dalam jaringan komunikasi pengrajin keripik ubi dapat mengidentifikasi siapa aktor yang berperan penting dalam penyampaian informasi dalam jaringan. Variabel analisis jaringan ditingkat individu dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Variabel analisis jaringan komunikasi ditingkat individu dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai

Variabel	Indikator	Sumber
Jaringan ditingkat individu (Y)	Sentralitas lokal (Y1) Sentralitas global (Y2) Kebersamaan (Y3) Keterhubungan (Y4)	Scoot, 2000

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Keadaan Umum Tempat Penelitian

Kelurahan Sialang Rampai merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Tenayan Raya. Luas wilayah Kelurahan Sialang Rampai Kecamatan Tenayan Raya saat ini adalah $\pm 8,84 \text{ km}^2$, yang terdiri dari 17 RT dan 05 RW dan memiliki ketinggian wilayah 06 m dpl (diatas permukaan laut). Jarak ibukota kecamatan dengan Kelurahan Sialang Rampai adalah 15 km. Secara geografis, Kelurahan Sialang Rampai memiliki batas Sebelah Timur berbatas dengan Sungai Sail, Sebelah Barat berbatas dengan Jl. Seroja, Sebelah Selatan berbatas dengan Sungai Sail / Kec. Bukit Raya dan Sebelah Utara berbatas dengan Jl. Lintas Timur Kel. Mentangor dan Kel. Kulim.

4.2. Karakteristik Responden Pengrajin

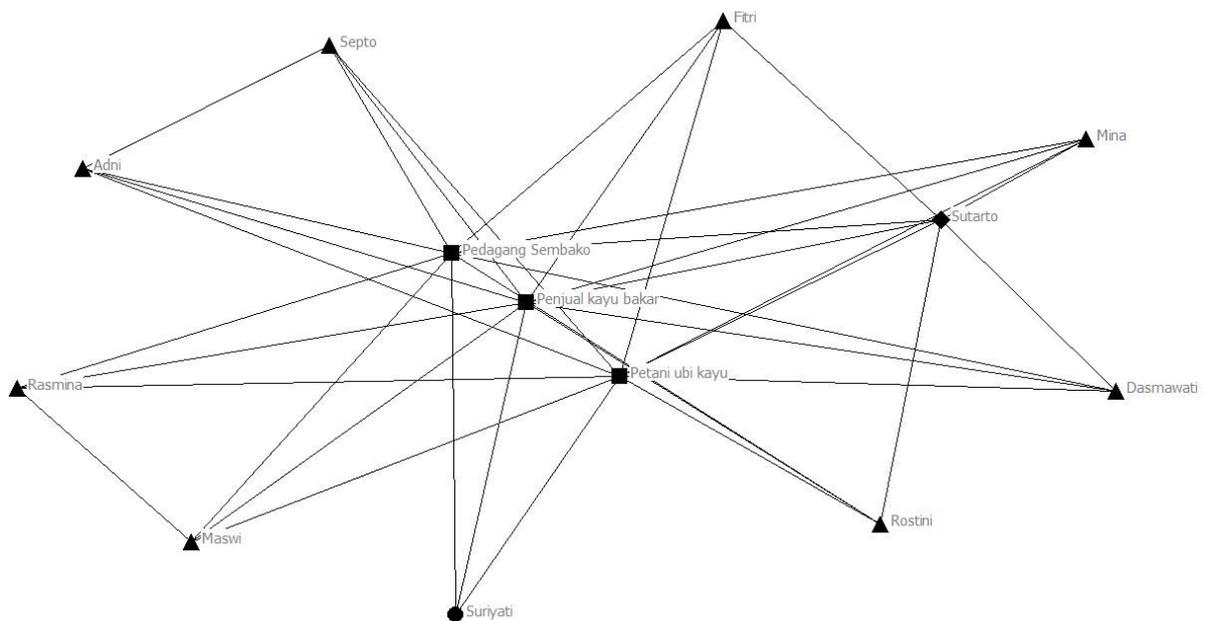
Karakteristik seseorang akan sangat mempengaruhi atau menentukan perilaku komunikasi orang tersebut. Karakteristik personal merupakan aspek personal seseorang yang meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga. Karakteristik personal pengrajin keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai yaitu

semua pengrajin keripik ubi masih berusia produktif (15-64 tahun), Jenis kelamin perempuan lebih dominan yaitu 6 pengrajin (60 %), tingkat pendidikan yang masih rendah (tamat SD) sebanyak 8 pengrajin (80 %), pengalaman usaha yang sudah berpengalaman (>5 tahun) sebanyak 6 pengrajin (60 %), pendapatan yang sedang (Rp.5.000.000- Rp.10.000.000) sebanyak 8 pengrajin (80 %) dan tanggungan keluarga yang sedikit yang sedang (5-6) sebanyak 7 pengrajin (70 %).

4.3 Jaringan Komunikasi

4.3.1 Jaringan Komunikasi Mengenai Produksi

Analisis jaringan komunikasi mengenai produksi menjelaskan aliran dan pertukaran informasi dalam memproduksi keripik ubi. Analisis jaringan komunikasi mengenai produksi dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai aktor yang terlibat dalam komunikasi adalah 13 aktor. Yaitu aktor internal yaitu pengrajin keripik ubi yang terdiri 10 pengrajin. Aktor eksternal yaitu aktor yang terkait dalam proses produksi keripik sebagai penyedia bahan baku produksi bagi pengrajin keripik ubi yang terdiri dari 3 aktor yaitu petani ubi kayu, pedagang sembako dan penjual kayu bakar. Dalam menjalankan kegiatan produksi keripik ubi semua aktor tersebut saling berkomunikasi untuk berbagi informasi. Sosiogram jaringan komunikasi mengenai produksi dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Sosiogram jaringan komunikasi mengenai produksi dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai

Ket: ▲ : Pengrajin keripik ubi, ● : Isolatte, ■ : Aktor Eksternal yang menjadi *star*,
◆ : Aktor Internal yang menjadi *star*

Sosiogram jaringan komunikasi mengenai produksi membentuk sebuah klik besar dan merupakan model jaringan personal yang mengunci (*interlocking personal network*), artinya dalam jaringan tersebut terdiri dari individu yang *homofili* (kesamaan derajat) namun kurang terbuka terhadap lingkungannya. Informasi yang dipertukarkan bersifat memusat dan hanya menyebar beberapa orang dalam jaringan. Aktor internal yang menjadi *star* dalam jaringan komunikasi agroindustri mengenai informasi produksi keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai adalah Bapak Sutarto. Bapak Sutarto merupakan orang yang pertama kali mempunyai ide dalam pembuatan keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai. Pada tahun 2007 Bapak Sutarto pernah membuat kelompok usaha bersama ibu PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) di Kelurahan Kulim. Namun kelompok usaha tersebut sekarang sudah tidak ada lagi. Oleh karena itu, Bapak Sutarto dijadikan sumber informasi bagi para pengrajin mengenai produksi keripik ubi karena bapak Sutarto sudah berpengalaman dalam memproduksi keripik ubi.

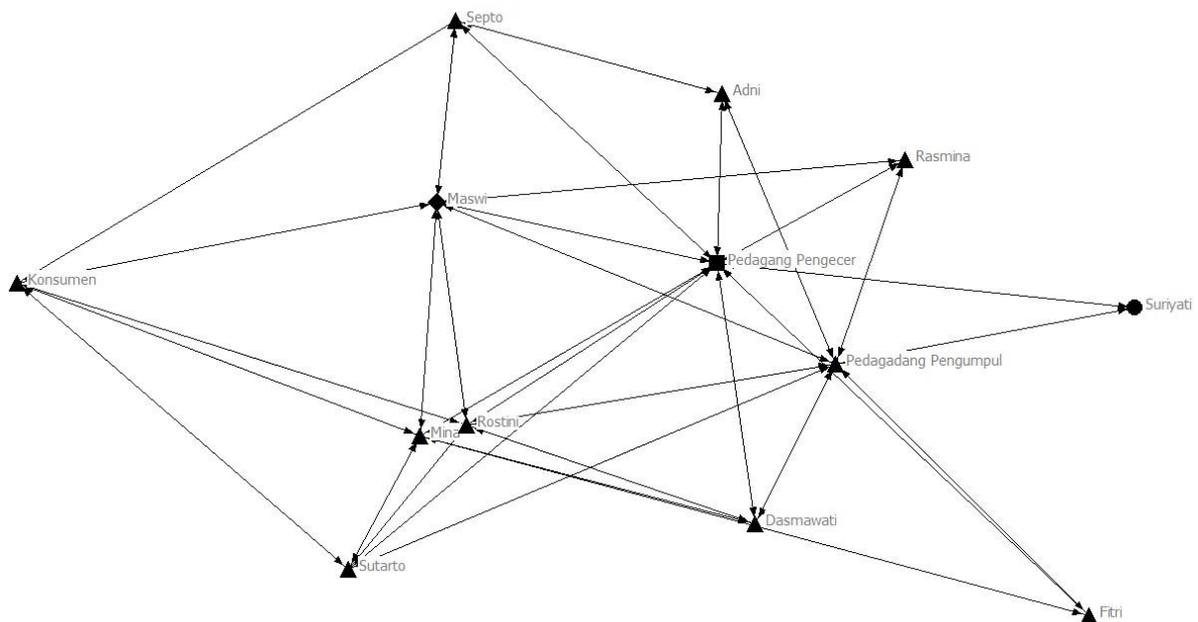
Star dari aktor eksternal adalah aktor penyedia sarana produksi yang sering dihubungi oleh pengrajin keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai. Aktor eksternal yang menjadi *star* adalah penjual kayu bakar, pedagang sembako, dan petani ubi kayu. Pengrajin keripik ubi sudah ketergantungan dengan ketiga aktor ini, karena mereka tidak mempunyai banyak waktu jika mencari bahan baku sendiri.

4.3.2 Jaringan Komunikasi Mengenai Pemasaran

Pemasaran merupakan aspek penting dalam rantai usahatani. Hasil produksi pertanian yang tinggi dan berkualitas, tanpa didukung dengan sistem pemasaran yang baik tidak dapat memberikan pendapatan yang tinggi bagi pengrajin keripik ubi. Lembaga pemasaran yang berperan pada pemasaran keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai adalah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Akan tetapi, proses pemasaran keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai masih banyak yang tergantung kepada pedagang pengecer. Hal ini dikarenakan pengrajin tidak memiliki banyak waktu bila harus memasarkan sendiri keripik ubi yang mereka produksi. Analisis jaringan komunikasi mengenai pemasaran yang terlibat dalam komunikasi adalah 14 aktor. Aktor internal yang terdiri dari 10 pengrajin keripik ubi. Aktor eksternal yang terdiri dari 3 aktor yang merupakan lembaga pemasaran keripik ubi seperti pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen.

Sosiogram jaringan komunikasi mengenai informasi pemasaran pada agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai membentuk sebuah klik besar dan merupakan

model jaringan personal yang mengunci (*interlocking personal network*), artinya dalam jaringan tersebut terdiri dari individu yang *homofili* (kesamaan derajat) namun kurang terbuka terhadap lingkungannya. Informasi yang dipertukarkan bersifat memusat dan hanya menyebar beberapa orang dalam jaringan. Sosiogram jaringan komunikasi mengenai pemasaran dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Sosiogram jaringan komunikasi mengenai pemasaran dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai

Ket: ▲ : Pengrajin keripik ubi, internal, ● : Isolate, ■ : Aktor Eksternal yang menjadi *star*, ◆ : Aktor Internal yang menjadi *star*

Star dari aktor eksternal dalam jaringan komunikasi mengenai pemasaran adalah Bapak Maswi. Bapak Maswi yang merupakan aktor internal yang juga pedagang pengumpul dari beberapa pengrajin keripik ubi yang ada di Kelurahan Sialang Rampai. Sedangkan *star* dari aktor eksternal mengenai pemasaran adalah pedagang pengecer. Pedagang pengecer membeli keripik ubi kepada pengrajin keripik ubi dengan cara membeli secara grosir. Pedagang pengecer menjual keripik ubi dengan membuka kios disepanjang Jl. Lintas Timur Kelurahan Sialang Rampai. Pedagang pengecer memiliki kemampuan dalam mengakses pasar keripik ubi menyebabkan ia dapat berperan sebagai *star*.

4.3.3. Analisis Jaringan Ditingkat Individu

Dalam menganalisis struktur jaringan komunikasi pada tingkat individu, hal terpenting yang perlu diperhatikan adalah bagaimana hubungan seorang individu dengan individu

lainnya dalam suatu sistem berkaitan dengan proses memilih dan dipilih sebagai sumber informasi (Roger dan Kincaid, 1981). Integritas jaringan komunikasi tingkat individu adalah derajat dimana hubungan komunikasi ada diantara anggota jaringan. Hasil analisis nilai derajat sentralitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Derajat sentralitas jaringan komunikasi ditingkat individu dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai

Derajat Sentralitas	Nilai	Produksi	Pemasaran
Sentralitas lokal	Maksimum	10.000	10.000
	Minimum	3.000	2.000
Sentralitas global	Maksimum	21.000	23.000
	Minimum	14.000	14.000
Kebersamaan	Maksimum	12.500	38.513
	Minimum	0.300	0.250
Keterhubungan	Maksimum	3.537	3.195
	Minimum	2.008	1.445

Hasil pengukuran sentralitas diperoleh derajat beragam aktor dalam sosiogram yang menunjukkan seberapa baik terhubungnya suatu aktor dengan lingkungannya dan untuk mengukur keterunggulan aktor dalam jaringan komunikasi. Aktor yang berperan didalam derajat sentralitas jaringan komunikasi ditingkat individu dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Aktor jaringan komunikasi ditingkat individu dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai.

Derajat Sentralitas	Produksi		Pemasaran	
	Tertinggi	Terendah	Tertinggi	Terendah
1. Sentralitas lokal	Pedagang sembako, penjual kayu bakar petani ubi kayu	Ibu Suriyanti	Pedagang pengecer	Ibu Suriyanti
2. Sentralitas global	Ibu Suriyanti	Pedagang Sembako, penjual kayu bakar, petani ubi kayu	Ibu Suriyanti	Pedagang pengecer
3. Kebersamaan	Petani ubi kayu, pedagang sembako, penjual kayu bakar	Ibu Suriyanti	Pedagang pengecer	Ibu Suriyanti
4. Keterhubungan	petani ubi kayu, pedagang sembako, penjual kayu bakar	Ibu Suriyanti	Pedagang pengecer	Ibu Suriyanti

4.3.3.1 Sentralitas Lokal

Sentralitas lokal adalah derajat dimana seorang individu berhubungan dengan individu lain dalam sistem. Sentralitas lokal menunjukkan jumlah hubungan yang dapat dibuat individu dengan individu lain dalam sistem. Hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4, nilai sentralitas lokal informasi mengenai produksi nilai maksimum sebesar 10.00 dan nilai minimum sebesar 3.00. Sedangkan informasi mengenai pemasaran nilai sentralitas lokal maksimum 10.00 dan nilai minimum sebesar 2.00. Aktor sentralitas lokal yang tertinggi untuk mengenai produksi adalah pedagang sembako, petani ubi kayu dan penjual kayu bakar. Aktor-aktor ini sangat berperan dalam proses produksi keripik ubi karena merupakan penyedia bahan baku pengrajin keripik ubi. Aktor sentralitas lokal yang tertinggi untuk topik mengenai pemasaran yaitu pedagang pengecer. Aktor adalah lembaga pemasaran yang sangat berperan dalam proses pemasaran keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai. Pengrajin keripik ubi masih banyak yang ketergantungan dengan pedagang pengecer dalam memasarkan keripik ubinya. Hal ini karena pengrajin tidak memiliki banyak waktu jika memasarkan keripik ubi sendiri.

Aktor sentralitas lokal terendah mengenai produksi dan pemasaran adalah Ibu Suriyanti. Aktor ini adalah pengrajin keripik ubi yang memiliki pengalaman usaha paling rendah dan memproduksi keripik ubi yang berbeda diantara sembilan pengrajin keripik ubi responden. Kondisi ini yang menyebabkan kurang percaya diri untuk berkomunikasi atau berinteraksi dengan individu lainnya. Akibatnya aktor ini kurang terlibat dalam jaringan komunikasi dan kurang tersentuh oleh pertukaran informasi yang berada pada lingkungan mereka. Sehingga menyebabkan tidak dijadikan sebagai sumber informasi atau pusat perhatian dalam interaksi sesama pengrajin keripik ubi.

4.3.3.2 Sentralitas Global

Pengukuran sentralitas global diekspresikan dalam istilah *distance* diantara beragam individu. Sentralitas global memperhatikan keunggulan aktor dengan keseluruhan jaringan. Nilai sentralitas global menunjukkan jumlah ikatan yang seseorang butuhkan untuk menghubungi semua individu dalam jaringan. Hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4, nilai sentralitas global informasi mengenai produksi nilai maksimum sebesar 21.000 dan nilai minimum 14.000. Sedangkan informasi mengenai pemasaran nilai maksimum sebesar 23.000 dan nilai minimum 14.000. Aktor yang memiliki sentralitas global mengenai produksi dan pemasaran adalah Ibu Suriyanti. Artinya untuk pembicaraan mengenai produksi dan pemasaran keripik ubi dalam jaringan komunikasi, individu yang paling sedikit dalam

menghubungi pengrajin keripik ubi lainnya. Aktor ini lebih memilih untuk menghubungi aktor eksternal untuk mendapatkan informasi.

Aktor yang memiliki sentralitas global rendah informasi mengenai produksi adalah pedagang sembako, penjual kayu bakar dan petani ubi kayu. Sedangkan informasi mengenai pemasaran adalah pedagang pengacer. aktor yang memiliki nilai sentralitas global yang rendah merupakan individu yang sama yang memiliki nilai sentralitas lokal yang tinggi. Artinya nilai sentralitas global yang rendah menunjukkan sedikitnya *distance* yang harus ditempuh atau dilalui oleh seseorang untuk menghubungi semua individu lain dalam sebuah sistem.

4.3.3.3 Kebersamaan

Kebersamaan merupakan pengukuran sentralitas yang mengukur sejauh mana individu tertentu terletak diantara individu-individu lain dalam suatu jaringan. Jika seseorang berada dalam suatu jalur komunikasi yang menghubungkan antar individu atau klik maka individu tersebut memiliki posisi yang sentral. Hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4, nilai kebersamaan informasi mengenai produksi memiliki maksimum 12.500 dan minimum 0.300. Sedangkan informasi mengenai pemasaran memiliki nilai kebersamaan maksimum 38.513 dan minimum 0.250. Pada informasi produksi yang aktor yang memiliki nilai kebersamaan tertinggi adalah penjual kayu bakar, petani ubi dan pedagang sembako. Sedangkan pada informasi pemasaran aktor yang memiliki nilai kebersamaan maksimum adalah pedagang pengecer. Aktor yang memiliki nilai kebersamaan maksimum berarti aktor tersebut mempunyai kendali komunikasi dalam jaringan komunikasi dalam sistemnya. Mereka memiliki banyak informasi berkenaan dengan produksi dan pemasaran keripik ubi. Mereka adalah aktor eksterbal dalam jaringan komunikasi. Sehingga Pengrajin sering berhubungan aktor eksternal tersebut untuk mendapatkan informasi-informasi tersebut.

Aktor yang memiliki nilai kebersamaan rendah pada informasi mengenai produksi dan pemasaran adalah Ibu Suriyanti. Artinya individu ini masih bergantung pada kepada aktor eksternal dalam mendapatkan informasi. Sehingga aktor ini menjadi *isolate* dalam jaringan komunikasi.

4.3.3.4 Keterhubungan

Hubungan adalah derajat dimana anggota-anggota sistem berhubungan dengan anggota-anggota lain dalam sistem. Nilai keterhubungan diukur dengan membandingkan semua ikatan yang sedang terbentuk dengan kemungkinan hubungan yang mungkin terjadi.

Derajat keterhubungan individu dalam jaringan komunikasi menggambarkan luasnya jaringan komunikasi individu di dalam sistem sosialnya. Derajat ini diukur dari banyak atau jumlah hubungan komunikasi yang dilakukan seorang individu dengan individu lainnya dalam suatu sistem, dibandingkan dengan jumlah kemungkinan hubungan komunikasi yang bisa dijalin dalam sistem tersebut. Individu yang memiliki nilai keterhubungan maksimum berarti individu tersebut adalah individu yang paling berpengaruh, yaitu yang paling banyak memiliki hubungan dengan individu lain dalam sistem, dan individu yang memiliki nilai minimum adalah individu yang paling sedikit memiliki hubungan dengan individu lain dalam sistem.

Hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4 diperoleh nilai keterhubungan informasi mengenai produksi maksimum 3.537 dan minimum 2.008 Sedangkan informasi mengenai pemasaran nilai maksimum adalah 3.195 dan nilai minimum adalah 1.445. Aktor yang memiliki nilai keterhubungan maksimum informasi mengenai produksi adalah penjual kayu bakar, petani ubi kayu dan pedagang sembako. Sedangkan aktor yang memiliki nilai maksimum mengenai pemasaran adalah pedagang pengecer. Artinya mereka individu yang paling banyak dihubungi oleh pengrajin keripik ubi mengenai produksi dan pemasaran keripik ubi. Aktor yang memiliki nilai keterhubungan tertinggi merupakan individu yang menjadi *star* dalam jaringan komunikasi pada agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai.

Aktor yang memiliki nilai minimum dalam topik produksi dan pemasaran adalah Ibu Suriyanti. Individu ini yang merupakan pengrajin paling sedikit memiliki hubungan diantara sesama pengrajin keripik ubi, baik dihubungi atau menghubungi pengrajin lain. Individu yang memiliki keterhubungan sedikit adalah mereka yang memiliki pengalaman yang masih baru, memproduksi keripik ubi dalam jumlah sedikit dan keripik ubi yang diproduksi berbeda dari kesembilan pengrajin responden.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Analisis jaringan komunikasi mengenai produksi dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai aktor yang terlibat dalam hubungan komunikasi adalah 13 aktor yaitu 10 aktor pengrajin keripik ubi dan 3 aktor eksternal yang menyediakan bahan baku produksi keripik ubi. *Star* dalam jaringan komunikasi mengenai produksi aktor eksternal adalah petani ubi kayu, penjual kayu bakar dan pedagang sembako dan aktor internal adalah Bapak Sutarto.

2. Analisis jaringan komunikasi mengenai pemasaran dalam agroindustri keripik ubi di Kelurahan Sialang Rampai aktor yang terlibat dalam hubungan komunikasi adalah 13 aktor yaitu 10 aktor pengrajin keripik ubi dan 3 aktor lembaga pemasaran. *Star* dalam jaringan komunikasi mengenai pemasaran aktor eksternal adalah pegagang pengecer dan aktor internal yaitu Bapak Maswi.

5.2 Saran

1. Dalam membangun hubungan jaringan komunikasi dalam membentuk kerjasama untuk mempertahankan produksi keripik ubi pengrajin keripik ubi dapat menghubungi *star* untuk mendapatkan informasi mengenai produksi.
2. Dalam membangun hubungan jaringan komunikasi dalam membentuk kerjasama untuk mempertahankan pemasaran keripik ubi pengrajin dapat menghubungi *star* untuk mendapatkan informasi mengenai pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Austin, J.E. 1992. *Agroindustri Project Analysis*. The Jhon Hop Kins University Press. London.
- Monografi Kelurahan Sialang Rampai. 2017. *Profil Desa Kelurahan Sialang Rampai 2016*. Pekanbaru: Kelurahan Sialang Rampai
- Prell, C. 2012. *Social Networks Analysis*. Sage Publication. Singapura.
- Rogers, A.M dan D.L. Kincaid. 1981. *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. The Free Press. New York
- Scoot, J.P. 2000. *Social Networks Analysis: A Handbook*. Second Edition. Sage Publications. California
- _____, J.P. 2008. *Network Analysis and Tourism: From Theory to Practice*. Toronto. Channel View Publications
- Setiawan, A. 2012. *Analisis Jaringan Komunikasi Petani dalam Adopsi Inovasi Budidaya Strawberi (*Fragraria Chiloensis L.*) Organik di Desa Gondosul Kec. Tawang Mangun Kabupaten Karanganyar*. Skripsi (Tidak dipublikasikan). Universitas Sebelas Maret. Semarang
- Zulkarnain. 2015. *Analisis Hubungan Jaringan Komunikasi dengan Taraf Penghidupan dan Pola Pikir dalam Pemberdayaan Pembudidaya Ikan di Kabupaten Kampar, Riau*. Disertasi (Tidak dipublikasikan). Institut Pertanian Bogor. Bogor