

COMMUNICATION STRATEGY OF THE PLANTATION AND LIVESTOCK SERVICE IN ACCELERATION OF ISPO CERTIFICATION IN MAKMUR VILLAGE, PANGKALAN KERINCI DISTRICT, PELALAWAN REGENCY

ABSTRACT

Indonesia as a major producer of palm oil, namely Crude Palm Oil (CPO) and Palm Kernel Oil (PKO), contributes significantly to the national and international economy. Sustainability certification is one of the steps to ensure and demonstrate a sustainable supply of palm oil in palm oil production. In the context of development communication, the right communication strategy will have implications for the adoption of innovations for oil palm farmers related to ISPO Certification. The objectives of this study are 1) To analyze the Communication Strategy carried out by the Plantation and Livestock Service of Pelalawan Regency in the Acceleration of ISPO Certification in Makmur Village., 2) To describe the supporting factors and inhibiting factors of the Communication Strategy of the Plantation and Livestock Service of Pelalawan Regency with stakeholders in the Acceleration of ISPO Certification in Makmur Village. This research method uses a qualitative research method with a case study approach. The theory used in this study is the communication strategy theory of the KAP model (Knowledge, Attitude, Practice) and the hexa helix strategy as a complex and holistic stakeholder concept. The ISPO Certification acceleration program in Makmur Village has 6 stakeholders who play a role, namely; Government (Presidential Decree No. 16 of 2025, Pelalawan Regency Plantation and Livestock Service and Village Government), Law and Regulation (ISPO Auditor), Business (PT. Inti Indosawit Subur Buatan), Academics (Faperta University of Riau), Community (KUD Sejahtera and FKPPKS Buatan), and Media (Pers Pelalawan Pos). These six stakeholders have their own programs in accelerating ISPO Certification with some of them intersecting and supporting each other for the acceleration of ISPO Certification. Communication strategy of Pelalawan Plantation and Livestock Service (Disbunak) with stakeholders. There are three stages of communication strategy with the KAP model, namely: Stage 1: determining target audience, messages, and channels, Stage 2: planning message design, media production (draft) and trials, Stage 3: increasing knowledge, attitudes, and behavior (practice) of the target audience. The most effective supporting factor is aligning perceptions regarding ISPO Certification with Presidential Regulation No. 16 of 2025, and using more electronic messaging or WhatsApp as a delivery medium. The most significant obstacle for oil palm farmers is the unrealistic perception of the benefits of ISPO certification compared to non-ISPO certification, due to the administrative difficulties involved.

Keywords: Communication Strategy, KAP Model, Hexa Helix, ISPO Certification

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PERKEBUNAN DAN PETERNAKAN DALAM PERCEPATAN SERTIFIKASI ISPO DI DESA MAKMUR KECAMATAN PANGKALAN KERINCI KABUPATEN PELALAWAN

INTISARI

Indonesia sebagai produsen utama dalam minyak nabati kelapa sawit yaitu *Crude Palm Oil* (CPO) dan *Palm Kernel Oil* (PKO) berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional maupun internasional. Sertifikasi keberlanjutan menjadi salah satu langkah untuk memastikan dan menunjukkan pasokan kelapa sawit yang berkelanjutan dalam produksi minyak sawit. Konteks komunikasi pembangunan, strategi komunikasi yang tepat akan berimplikasi dalam adopsi inovasi bagi petani kelapa sawit terkait Sertifikasi ISPO. Tujuan penelitian ini adalah 1) Menganalisis Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Pelalawan dalam Percepatan Sertifikasi ISPO di Desa Makmur., 2) Mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat Strategi Komunikasi Dinas Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Pelalawan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam Percepatan Sertifikasi ISPO di Desa Makmur. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi model KAP (*Knowledge, Attitude, Practice*) dan *hexa helix strategy* sebagai konsep pemangku kepentingan yang kompleks dan holistik. Program percepatan Sertifikasi ISPO di Desa Makmur terdapat 6 *stakeholder* yang berperan yaitu; Pemerintah (Perpres No 16 Tahun 2025, Dinas Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Pelalawan dan Pemerintah Desa), Hukum dan Regulasi (Auditor ISPO), Bisnis (PT. Inti Indosawit Subur Buatan), Akademisi (Faperta Universitas Riau), Masyarakat (KUD Sejahtera dan FKPPKS Buatan), dan Media (Pers Pelalawan Pos). Keenam *stakeholder* ini, memiliki program sendiri dalam percepatan Sertifikasi ISPO dengan beberapa diantaranya bersinggungan dan saling mendukung demi percepatan Sertifikasi ISPO. Strategi komunikasi Dinas Perkebunan dan Peternakan (Disbunak) Pelalawan dengan para *stakeholder*. Terdapat tiga tahapan strategi komunikasi dengan model KAP, yaitu: Tahap 1: menentukan target sasaran (*audience*), pesan, dan saluran, Tahap 2: merencanakan desain pesan, produksi media (*draft*) dan uji coba, Tahap 3: meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*practice*) dari target sasaran. Faktor pendukung yang paling efektif yaitu dengan menyamakan persepsi terkait Sertifikasi ISPO dengan regulasi Peraturan Presiden No 16 Tahun 2025 serta faktor pendukung dengan media pengantar lebih banyak menggunakan pesan elektronik atau *whatsapp*. Hambatan paling dirasakan oleh petani kelapa sawit yaitu keuntungan jika telah memiliki Sertifikasi ISPO dengan tanpa memiliki Sertifikasi ISPO sangatlah tidak realistis dengan sulitnya administrasi yang dilakukan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Model KAP, Hexa Helix, Sertifikasi ISPO