

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui komunikasi aktor dalam kelompok mina padi Desa Sumberagung dalam penyebaran informasi pemasaran ikan di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, 2) Mengetahui struktur jaringan komunikasi kelompok mina padi Desa Sumberagung yang terbentuk dalam proses penyebaran informasi pemasaran ikan di Kecamatan Moyudan Kabupaten Sleman, 3) Mengetahui hubungan informasi pemasaran dalam jaringan komunikasi pemasaran ikan dengan pendapatan usaha mina padi petani Desa Sumberagung. Metode penelitian untuk analisis struktur jaringan komunikasi kelompok mina padi menggunakan metode *Whole network*/jaringan utuh yang diukur dari *in-degree*, *out-degree*, *size* (ukuran), *density* (kepadatan), *resiprositas*, *klik*, *closeness centrality*, *betweenness centrality*. Analisis hubungan antara informasi pemasaran dengan pendapatan usaha mina padi menggunakan uji korelasi *Rank Spearman*. Hasil analisis jaringan komunikasi menunjukkan pada penyebaran informasi harga diketahui bahwa ketua kelompok dan Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) merupakan aktor yang paling banyak menyebarkan informasi dan anggota kelompok merupakan aktor yang paling banyak menerima informasi, serta pada penyebaran informasi ketersediaan produk diketahui bahwa Ketua kelompok merupakan aktor yang paling banyak menerima dan menyebarkan informasi. Pada jaringan komunikasi harga diketahui bahwa jaringan berukuran besar dengan kepadatan rendah, hubungan timbal balik yang rendah, dan klik berjumlah 44. PPL merupakan aktor yang paling mudah dijangkau karena mempunyai nilai *closeness centrality* paling tinggi. Pada jaringan komunikasi ketersediaan produk diketahui bahwa jaringan berukuran besar dengan kepadatan yang rendah, hubungan timbal balik rendah, dan klik berjumlah 36. Dinas Pertanian Pangan dan Perikanan Kabupaten Sleman merupakan aktor yang paling mudah dijangkau karena mempunyai nilai *closeness centrality* paling tinggi. Pada jaringan komunikasi harga maupun ketersediaan produk diketahui bahwa aktor B1 (ketua Kelompok Mina Jaya) merupakan aktor yang berperan sebagai perantara informasi karena mempunyai nilai *betweenness centrality* yang tinggi. Hasil analisis uji korelasi menunjukkan nilai *out-degree* informasi harga, *betweenness centrality* informasi harga, *closeness centrality* informasi ketersediaan produk berhubungan sedang positif dengan pendapatan usaha mina padi. Sedangkan *in-degree* informasi ketersediaan produk, *out-degree* informasi ketersediaan produk berhubungan lemah positif dengan pendapatan usaha mina padi.

Kata Kunci: informasi pemasaran, mina padi, jaringan komunikasi

Abstract

This research aims to 1) Find out the communications of actors in the group of paddy-fish Sumberagung village in the fish marketing information in Moyudan Sub-district, Sleman Regency, 2) Determine the structure of communication networks in the group of paddy-fish Sumberagung village in the fish marketing information in Moyudan Sub-district, Sleman Regency, 3) Find out the relationship between marketing information in the communication network of fish marketing and revenue of paddy-fish business of the farmer Sumberagung Village. The research method for analyzing the communication network structure using the whole network method which is measuring in-degree, out-degree, size, density, reciprocity, click, closeness centrality, betweenness centrality. Analysis of the relationship between marketing information and the revenue of paddy-fish business was using the Spearman Rank correlation test. The result of the analysis of the communication network shows that distribution of price information found that group leader and PPL are the most widely disseminating the marketing information and group members are the actors who receive marketing information. The group leader is an actor who receives information from many actors and spread information to others about the distribution of product availability. In the communication networks of price information shows that it has large-sized networks but the density and reciprocity are low meanwhile the network consist 44 cliques and the agricultural extension agents is the easiest actor to reach because of the highest degree of closeness centrality. In the communication networks of product information availability show that it has large-sized networks but low density and reciprocity meanwhile the network consist of 36 cliques. Dinas Pertanian Pangan dan Perikanan Kabupaten Sleman is the easiest actor to reach of the highest degree of closeness centrality. Actor B1 (Mina Jaya group leader) has a highest degree of betweenness centrality, means actor roles as bridge the information among actors in the network. The result of the correlation test analysis shows that out-degree of price information, betweenness centrality of price information, and closeness centrality of product availability are positively correlated to paddy-fish business revenue. While in-degree of product information availability and out-degree of product information availability are also positively correlated to paddy-fish business revenue.

Keywords: Marketing Information, paddy-fish, communication network