

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam upaya pemberdayaan masyarakat desa, permasalahan yang dihadapi tidak selalu berkaitan dengan keterbatasan sumber daya alam, melainkan sering kali terletak pada bagaimana potensi yang ada dipahami dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Banyak potensi lokal yang sebenarnya tersedia di sekitar warga, namun belum dikelola secara optimal karena informasi yang ada belum tersampaikan dengan baik atau belum benar-benar dipahami. Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan pemberdayaan tidak dapat dilepaskan dari proses komunikasi yang terjadi di dalam masyarakat, khususnya dalam membangun pemahaman, keterlibatan, dan perubahan perilaku.

Permasalahan komunikasi tersebut juga terlihat dalam konteks pemanfaatan tanaman herbal di wilayah pedesaan. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan kekayaan biodiversitas tanaman obat dan herbal yang sangat besar. Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) sebagaimana dikutip oleh Antara News (2024) mencatat setidaknya terdapat 2.850 spesies tanaman obat di Indonesia, dengan lebih dari 22.000 ramuan tradisional yang telah teridentifikasi secara ilmiah. Angka tersebut menunjukkan betapa besarnya potensi tanaman herbal, baik sebagai penopang kesehatan maupun sebagai peluang ekonomi yang dapat dikembangkan di tingkat lokal. Namun, besarnya potensi tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan pemanfaatannya di tingkat komunitas.

Di banyak wilayah pedesaan, tanaman herbal tumbuh di lingkungan sekitar rumah warga, tetapi pengetahuan yang lebih terstruktur tentang cara membudidayakannya, merawat, mengenali manfaat, serta mengolahnya menjadi produk yang aman dan bernilai tambah masih terbatas. Akibatnya, tanaman herbal sering hanya dianggap sebagai tanaman liar atau pengetahuan sekilas. Hal ini menunjukkan adanya jarak antara informasi yang tersedia dengan pemahaman

masyarakat, yang berkaitan erat dengan bagaimana pengetahuan tersebut dikomunikasikan dan dialami dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks tersebut, pendekatan pemberdayaan masyarakat menjadi relevan. Pemberdayaan tidak hanya berkaitan dengan pemberian informasi atau pelatihan teknis, tetapi juga dengan bagaimana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam proses belajar sehingga memiliki kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Maryani & Nainggolan (2020) menjelaskan bahwa pemberdayaan hanya dapat berjalan apabila masyarakat berpartisipasi aktif dalam proses yang dijalankan. Tanpa strategi komunikasi yang tepat, kegiatan pemberdayaan berisiko berhenti pada penyampaian informasi tanpa menghasilkan perubahan sikap dan perilaku.

Kondisi serupa juga ditemukan di Kampung Sukagalih, Desa Cipeuteuy. Berdasarkan hasil observasi awal, wilayah ini memiliki kekayaan tanaman herbal yang cukup beragam, dengan lebih dari 46 jenis tanaman herbal yang teridentifikasi tumbuh di area sekitar kampung. Meskipun demikian, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Warga, khususnya perempuan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT), masih memiliki keterbatasan pemahaman mengenai pemanfaatan tanaman herbal serta merasa ragu untuk mengolahnya karena kekhawatiran akan risiko penggunaan yang tidak tepat. Kondisi ini menunjukkan bahwa tantangan utama bukan terletak pada ketersediaan tanaman, melainkan pada aspek pemahaman dan kepercayaan diri masyarakat dalam memanfaatkan potensi tersebut.

Kelompok Wanita Tani (KWT) menjadi sasaran yang relevan dalam konteks pemberdayaan ini karena perannya yang dekat dengan aktivitas rumah tangga dan kesehatan keluarga. Namun, perbedaan tingkat pendidikan dan kebiasaan belajar membuat penyampaian informasi secara teoritis kurang efektif. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi komunikasi yang mampu menyesuaikan pesan dengan karakter audiens serta melibatkan mereka secara aktif dalam proses pembelajaran agar pesan yang disampaikan tidak hanya dipahami, tetapi juga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Sejalan dengan kebutuhan tersebut, pendekatan komunikasi persuasif dan partisipatif berbasis pengalaman (*experiential learning*) dipandang sesuai untuk menjembatani kesenjangan pemahaman yang ada. Melalui pendekatan ini, proses belajar tidak hanya dilakukan melalui penjelasan satu arah, tetapi juga melalui pengalaman langsung, interaksi dua arah, dan refleksi bersama. Kegiatan pelatihan kemudian diposisikan sebagai media komunikasi yang dirancang untuk menciptakan pengalaman belajar yang lebih dekat dengan realitas peserta.

Relevansi program ini juga dapat dikaitkan dengan mata kuliah *Special Event & Brand Activation* yang sebelumnya telah dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara. Mata kuliah ini menekankan pentingnya perencanaan dan implementasi kegiatan yang mampu menciptakan pengalaman langsung bagi audiens, sekaligus mencapai tujuan komunikasi dan pemberdayaan. Melalui mata kuliah ini, mahasiswa dilatih untuk menetapkan ide acara berdasarkan observasi terhadap kebutuhan masyarakat, merumuskan tujuan yang strategis, menyusun konsep kreatif, hingga mengeksekusi kegiatan yang memiliki dampak sosial maupun ekonomi.

Selain itu, mata kuliah *Effective Persuasive Communication* juga memiliki peran penting dalam perancangan *event* ini. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa dibekali kemampuan untuk merancang strategi komunikasi yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mampu memengaruhi sikap dan perilaku audiens melalui pendekatan yang persuasif. Prinsip komunikasi efektif menuntut analisis audiens, pemilihan bahasa, serta penggunaan metode interaktif agar pesan dapat diterima dengan baik. Hal ini sangat relevan dengan kondisi anggota KWT di Desa Cipeteuy yang sebagian besar memiliki latar belakang pendidikan yang rendah sehingga materi pelatihan tidak dapat disampaikan dengan pendekatan teoritis saja. Melalui metode persuasif, seperti demonstrasi langsung dan sesi interaktif cicip dan tebak minuman herbal, penyampaian materi menjadi lebih mudah dipahami sekaligus mendorong partisipasi aktif.

Kondisi inilah yang kemudian mendorong perancangan strategi komunikasi pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) melalui program “3T: Tanam,

Tumbuh, Tuai” di Kampung Sukagalih. Program ini dirancang tidak sekedar kegiatan pelatihan, tetapi sebagai intervensi komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterlibatan, dan kepercayaan diri anggota KWT dalam memanfaatkan potensi tanaman herbal lokal secara mandiri dan berkelanjutan.

## **1.2 Tujuan Karya**

### **1.2.1 Tujuan Utama (Primary Objective)**

Merancang dan melaksanakan *event* pelatihan “3T: Tanam, Tumbuh, Tuai” sebagai strategi komunikasi partisipatif untuk memberdayakan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan dasar, serta kepercayaan diri dalam memanfaatkan tanaman herbal lokal yang tersedia di Kampung Sukagalih.

### **1.2.2 Tujuan Pendukung (Secondary Objective)**

- Meningkatkan pengetahuan anggota KWT mengenai jenis, manfaat, serta cara dasar penanaman dan pengolahan tanaman herbal yang tersedia di lingkungan Kampung Sukagalih.
- Membangun keterlibatan aktif anggota KWT dalam proses pembelajaran melalui pendekatan komunikasi partisipatif, sehingga peserta tidak hanya menerima informasi tetapi turut terlibat dalam diskusi dan pengalaman langsung selama kegiatan.
- Menumbuhkan kepercayaan diri anggota KWT untuk mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh, baik dalam konteks penggunaan herbal untuk kebutuhan sehari-hari maupun sebagai potensi pengembangan kegiatan produktif di tingkat komunitas.
- Memperluas eksposur potensi tanaman herbal Kampung Sukagalih dalam konteks pengembangan ekowisata lokal melalui pelibatan pengunjung Halimun Eco Trek dan publikasi kegiatan di media.

### **1.3 Kegunaan Karya**

Adapun kegunaan dari skripsi berbasis karya ini yaitu sebagai berikut :

#### **1.3.1 Kegunaan Akademis**

Karya ini memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah *Special Event & Brand Activation* serta *Effective Persuasive Communication*. Melalui perancangan dan implementasi pelatihan “3T : Tanam, Tumbuh, Tuai”, karya ini menjadi contoh nyata penerapan teori komunikasi dalam praktik pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, karya ini dapat memperkaya referensi akademik mengenai strategi komunikasi persuasif dalam konteks komunitas pedesaan, sekaligus memperluas pemahaman mengenai peran *event* sosial sebagai medium edukasi dan pemberdayaan.

#### **1.3.2 Kegunaan Praktis**

Karya ini dapat menjadi pedoman dalam pengembangan program pelatihan berbasis potensi lokal yang dikemas dalam bentuk *event*. Hasil dari karya ini dapat diterapkan dalam praktik profesional, baik oleh penyelenggara acara, praktisi komunikasi, maupun lembaga yang bergerak di bidang pemberdayaan masyarakat, dengan menghadirkan contoh implementasi kegiatan yang memadukan aspek edukasi, pengalaman interaktif, dan penerapan strategi komunikasi yang tepat sasaran.

#### **1.3.3 Kegunaan Sosial**

Karya ini memiliki manfaat sosial dengan memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Cipeuteuy, khususnya Kelompok Wanita Tani (KWT). Melalui pelatihan ini, anggota KWT dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat meningkatkan produktivitas serta membuka peluang ekonomi berbasis pengolahan tanaman herbal. Selain itu, karya ini turut memperkuat solidaritas komunitas, meningkatkan rasa percaya diri perempuan desa, dan mendorong terciptanya kemandirian ekonomi lokal yang berkelanjutan.