AGRISCIENCE
Volume 6, Nomor 2, 2025, pp 175-187
https://doi.org/10.21107/agriscience.v6i2.15697

ISSN: 2301-9948
e-ISSN: 2407-6260

Komunikasi antar aktor pada usaha ternak sapi madura di Ketapang Timur

Mohamad Wafi Zam Zami, Andrie Kisroh Sunyigono*

Abstrak

Peternak sapi di Kabupaten Sampang hidup dibawah kesejahteraan karena usaha ternak yang dilakukan berskala kecil dan tradisional. Oleh sebab itu, membandingkan potensi dan permasalahan yang ada di lapang, maka sangat diperlukan adanya upaya pembangunan untuk mengatasi masalah tersebut. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi peran komunikasi partisipatif diantara para aktor di industri peternakan sapi madura dan faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi partisipatif dalam pengembangan industri peternakan sapi madura di Kabupaten Sampang. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan metode pendekatan Actor Network Theory (ANT). Untuk menjawab permasalah kedua, peneliti akan menggunakan alat analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel umur, pendidikan, teknologi informasi dan peran pendamping tidak berpengaruh signifikan terhadap efektifitas komunikasi dimana nilai sig dari masing variabel adalah 0.999, 0.999, 0.998 dan 0.410 dengan taraf kesalahan α = 0,05. Hal ini terjadi karena aktor yang terlibat kurang efektif dan tidak berjalan lancar sehingga berakibat pada perkembangan industri sapi potong yang tidak baik dan lambat.

Kata Kunci : Sapi Potong, Komunikasi, jaringan.

Abstract

Cattle farmers in Sampang Regency life under welfare because the livestock business is carried out on a small and traditional scale. Therefore, comparing the potential and problems that exist in the field, it is very necessary for development efforts to overcome these problems. This study aims to identify the role of participatory communication among actors in the Madura cattle industry and the factors that influence participatory communication in the development of the Madura cattle industry in Sampang Regency. The analysis method of this research uses descriptive analysis with the Actor Network Theory (ANT) approach. To answer the second problem, the researcher will use a logistic regression analysis tool. The results of this study indicate that the variables of age, education, information technology and the role of assistants have no significant effect on the effectiveness of communication where the sig value of each variable is 0.999, 0.999, 0.998 and 0.410 with an error level of = 0.05. This happens because the actors involved are less effective and do not run smoothly, resulting in the development of the beef cattle industry which is not good and slow.

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

* Corresponding author
E-mail addres: andriekisroh@trunojoyo.ac.id

Article History
Submit : 21 Juli 2022
Accepted : 20 Juli 2025
Publish : 31 Juli 2025

© 2025 Author

Keywords: Beef Cattle, Communication, network.

1. Pendahuluan

Jawa Timur merupakan penyumbang sapi potong terbesar di Indonesia dengan kontribusi sebesar 27,75 % dari total populasi nasional (Kementerian Pertanian, 2018). Daerah dengan kontirbusi terbesar dari total populasi sapi potong di jawa timur adalah dari Pulau Madura sebanyak 21 % (Siswijono & Nurgiartiningsih, 2010) dan Kabupaten Sampang turut menyumbang sebanyak 215.020 ekor sapi (Badan Pusat Statistik, 2017).

Kecamatan Ketapang sebagai wilayah untuk pengembangan usaha peternakan sapi potong didasarkan pada beberapa alasan, diantaranya adalah Kecamatan Ketapang memiliki populasi sapi tertinggi di Kabupaten Sampang yaitu 22.190 (BPS Kabupaten Sampang, 2019). Oleh sebab itu, Kabupaten Sampang mempunyai peluang besar untuk dilakukan pengembangan lebih lanjut.

Namun demikian, para peternak sapi potong di Kabupaten Sampang masih hidup jauh dibawah kesejahteraan. Hal tersebut dikarenakan usaha ternak yang dilakukan masih berskala kecil dan bersifat tradisional. Oleh sebab itu, dengan membandingkan potensi dan permasalahan yang ada di lapang, maka sangat diperlukan adanya upaya pembangunan untuk mengatasi masalah tersebut.

Pada umumnya, para peternak sapi mengalami permasalah yang sama yaitu minimnya informasi tentang pengadaan bibit unggul, proses budidaya, penanganan penyakit, ketersediaan sapronak. Masalah tersebut berakar dari ketidaklancaran arus informasi di antara para peternak. Proses pertukaran dan mencari informasi diantara para peternak dapat dilakukan dengan cara analisis jaringan komunikasi (Rushendi et al., 2017). Komunikasi sangat diperlukan dalam menunjang proses pembangunan untuk menjembatani arus informasi ide dan gagasan baru dari pemerintah kepada masyarakat atau sebaliknya (Rosana & Saleh, 2010). Jaringan komunikasi sangat penting untuk dipelajari karena bisa menggambarkan cara peternak sapi dalam melakukan kegiatan usaha ternaknya. Jaringan tersebut membentuk kelompok saluran informasi kecil beserta struktur yang menyusunnya (Hertanto et al., 2016).

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, Kabupaten Sampang memiliki potensi yang cukup besar untuk pengembangan sapi potong meskipun masih terdapat banyak permasalahan yang dihadapi peternak. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran komunikasi partisipatif yang terjadi diantara para aktor di industri peternakan sapi madura dan faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi partisipatif dalam pengembangan industri peternakan sapi madura di Kabupaten Sampang.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Actor Network Theory

Actor Network Theory adalah sebuah teori yang memandang bahwa segala sesuatu hidup di dalam sebuah jaringan. Tidak ada sesuatu yang berdiri sendiri. *Actor Network Theory* dikembangkan oleh Michel Callon, Bruno Latour, dan Jhon Law. Ketiga tokoh tersebut beranggapan bahwa masyarakat tidak hanya terdiri atas individu dan norma sosial melainkan juga hidup dalam sebuah jaringan yang stabil maupun tidak stabil dalam jangka waktu tertentu (Wulandari, 2017).

Actor Network theory tidak hanya mencakup hubungan sosial aktor manusia tetapi juga mencakup aktor non manusia (Ardi & Simanjuntak, 2017). Asumsi ontologi yang dipakai *Actor Network Theory* realitas (sosial, organisasi, teknologi) semuanya hanyalah hasil atau akibat dari suatu relasi antara berbagai jenis entitas baik yang berupa bendawi maupun manusiawi (Priyatma, 2013). *Actor Network Theory* menekankan pada translasi dalam proses terbentuknya jaringan (Mustika, 2015). Teori ini mempunyai empat posisi sentral yang dibahas, yaitu aktor, aktan, translasi dan intermediari (Wulandari, 2017). Dari sudut pandang ANT, suatu

© 2025 Author

implementasi berhasil atau tidak berhasil terletak di tangan mereka yang mengubah masalah dan kebutuhan untuk mendukung organisasi (Kasimin et al., 2013).

Dalam ANT, Latour mengembangkan 5 (lima) konsep dasar yaitu aktor, jaringan, aktan, translasi, dan *intermediary* (Trianggono et al., 2018). Aktor adalah pelaku atau sesuatu yang ikut beraksi baik manusia maupun non manusia (Nuryanto, 2019). Dalam Bahasa ANT, jaringan terdiri dari banyak elemen berkordinasi dan berinteraksi, elemen tersebut dapat berupa benda mati *(non human)* maupun manusia *(human)* (Trianggono et al., 2018). Aktor yang mampu mengendalikan aktor lain disebut aktan. Translasi berarti penjajakan dan penyesuaian aksi-aksi yang berlangsung diantara para aktor yang ada dan yang memelihara relasi diantara mereka (Nuryanto, 2019). Hal yang fundamental bagi ANT bukanlah keadaan *(state)* melainkan gerak. Keberadaan entitas sosial merupakan keberadaan yang bersifat performatif, para aktor itulah yang memberikan keberadaan entitas sosial melalui kinerja *(performance)* mereka (Puguh Prasetya Utomo, Krisnawan, 2013).

2.2. Konsep Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penggunaan pesan oleh dua orang atau lebih, dimana semua pihak saling berganti peran sebagai pengirim dan penerima pesan, sampai ada saling pemahaman atas pesan yang disampaikan oleh semua pihak (Hanafi et al., 2004). Komunikasi adalah proses saling membagi atau menggunakan informasi secara bersamaan dan bertalian antara pelaku dengan proses informasi komunikasi (Permana, 2012). Prinsip dasar komunikasi adalah adanya pertukaran diantara individu-individu yang terlihat sama (Priyatma, 2013)

Komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, kemudian pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan (Gayatri & Mardiningsih, 2010).

Komunikasi partisipatif mengasumsikan adanya proses humanis yang menempatkan individu sebagai aktor aktif dalam merespon setiap stimulus yang muncul dalam lingkungan yang menjadi medan kehidupannya (Cahyanto & Sugihen, 2008). Individu bukanlah wujud pasif yang hanya bergerak jika ada yang menggerakan. Partisipasi adalah tingkat keterlibatan anggota sistem sosial dalam proses pengambilan keputusan (Hanafi et al., 2004).

Komunikasi memiliki peran penting dalam pembangunan peternakan di Indonesia. Partisipasi masyarakat dalam pembangunan dapat diartikan sebagai keikutsertaan masyarakat dalam pembangunan, ikut serta dalam pemanfaatannya dan menikmati hasil pembangunan (Cahyanto & Sugihen, 2008). Karakteristik dari komunikasi partisipatif terdapat pada penekanan pastisipasi masyarakat ditingkat akar rumput (Tasikmalaya, 2016). Pembangunan peternakan dilihat dari sisi pengembangan sumber daya manusia komunikasi memiliki peran penting. Khususnya berkaitan dengan peternak. Informasi harus diberikan kepada peternak melalui penyuluhan dan motivasi untuk dapat menerima ide, pengetahuan serta teknologi baru dan berani memutuskan masa depannya melalui pemberdayaan masyarakat (Gayatri & Mardiningsih, 2010). Peningkatan pengetahuan, pendidikan, pendapatan aksesbilitas komunikasi memberikan kemudahan bagi para peternak untuk mencari sumber informasi (Saleh, 2006).

Proses pertukaran informasi yang terjadi dari dua orang atau lebih menggambarkan adanya jaringan yang muncul sebagai akibat kebutuhan informasi (Hertanto et al., 2016) **.** Untuk mendapatkan komunikasi yang efektif, komunikator harus dapat dipercaya *(source credibility)* dan memiliki daya tarik *(source attractiveness).* Kedua hal ini untuk memenuhi hasrat komunikan memperoleh suatu pernyataan yang benar dan hasrat menyamakan diri dengan komunikator (Oka Suardi et al., 2015)

Komunikasi sangat diperlukan dalam menunjang proses pembangunan karena komunikasi dapat digunakan untuk menjembatani arus informasi ide dan gagasan baru dari pemerintah kepada masyarakat atau sebaliknya (Rosana & Saleh, 2010). Melalui proses

© 2025 Author

komunikasi pesan-pesan pembangunan dapat diteruskan dan diterima khalayak untuk tujuan pembangunan. Proses menyampaikan informasi kepada petani dapat dilakukan melalui proses komunikasi yang tepat (Pambudy, 2018). Komunikasi proses di seluruh saluran komunikasi adalah pesan tol yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima.

Komunikasi dalam pembangunan peternakan seharusnya sejalan dengan teori "*Development Communication*", adalah segala bentuk informasi yang dapat di aplikasikan dalam mendukung suatu negara (Gayatri & Mardiningsih, 2010). Peningkatan akses komunikasi dan informasi memberikan pengaruh langsung pada peningkatan pembangunan sosial ekonomi (Sulaiman et al., 2017)

Analisis struktur jaringan komunikasi menunjukan hubungan komunikasi yang terjadi di kelompok tani belum merata, arus informasi masih didominasi oleh aktor penting yang berjumlah sedikit. Karakteristik individu dan karakteristik usaha tani merupakan faktor pendukung jaringan dalam terbentuknya struktur komunikasi dan peranan aktor (Hertanto et al., 2016)**.**

Komunikasi partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap petani terhadap model usaha tani terpadu yang dikembangkan dalam pelaksanaan Prima Tani di Desa Sungai Itik Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Pontianak (Risyart A, 2011). Adopsi inovasi peternakan lebih efektif dilaksanakan dengan model partisipasi dari seluruh anggota mulai dari tingkat perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi pemanfaatan hasil (Hanafi et al., 2004). Efektif tidaknya komunikasi sangat dipengaruhi karakteristik personal dan situasional komunikan, kualitas yang dilakukan serta kredibilitas sumber informasi (Tutud, 2001). Efektivitas merupakan pengukuran tingkat keberhasilan dari organisasi atau program dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wardani & Kartika, 2020)

Partisipasi masyarakat dengan cara mengimplementasikan program melalui proses komunikasi yang cenderung *top down* dan searah serta kurang terjadinya komunikasi yang *bottom up* dan interaktif cenderung kurang dapat menggali aspirasi masyarakat. Akibatnya peningkatan partisipasi masyarakat menjadi kurang efektif (Wahyuni, 2006).

3. Metode Penelitian

Lokasi penelitian ini di laksanakan di Desa Ketapang Timur, Kecamatan Ketapang, Kabupaten Sampang. Pemilihan daerah penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu sentra sapi potong di Kabupaten Sampang dengan asumsi kondisi masyarakat dan sumber daya alamnya mendukung kegiatan sektor ini.

Populasi dalam peneltian ini adalah peternak sapi di Desa ketapang Timur. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* berdasarkan arahan dari mantri hewan setempat. Data yang diambil berasal dari 3 dusun yaitu, Dusun Bhulanjeng, Dusun Lepele, Dusun Gilin.responden dari penelitian ini adalah peternak yang memiliki sapi jantan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 responden. Dalam penelitian ini populasi peternak tidak diketahui, maka jumlah sampel di tentukan sebagai berikut (Cooper & Schindler, 2014).

$$\mathbf{n}=\frac{pq}{\sigma p2}$$

dimana n merupakan ukuran sampel;pq merupakan ukuran penyebaran sampel, karena populasi tidak diketahui maka p dan q masing-masing diasumsikan 0,5; σp merupakan kesalahan proporsi standar = 0,051=(0,1/1,96). Hasil perhitungan,

$$\mathrm{n}=\frac{0{,}75\ x\ 0{,}50}{0{,}0162}=23{,}14$$ sehingga sampel yang diperoleh sebesar 30 responden.

Maka dari itu, jumlah sampel yang di gunakan pada penelitian ini sebanyak 30 responden dengan rincian yaitu, 30 peternak, 2 pedagang, 2 penyedia bakalan, 2 penyedia input, 2 prosesor (jagal).

© 2025 Author

Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari hasil wawancara dan observasi lapang langsung, serta data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, artikel, hasil penelitian lain yang serupa, serta dari lembaga/instansi. Data yang dikumpulkan digunakan untuk mengidentifikasi efektifitas komunikasi partisipatif yang terjadi diantara para aktor melalui pendekatan *Actor Network Theory* serta faktor-faktor yang mempengaruhi didalamnya.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan metode pendekatan *Actor Network Theory* (ANT) untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu peran komunikasi partisipatif yang terjadi diantara para aktor di industri peternakan sapi madura. *Actor Network Theory* (ANT) adalah metode yang mengembangkan konsep jaringan, aktor, translasi, dan intermediari.

Sedangkan untuk menjawab permasalah kedua yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi partisipatif pada pengembangan industri sapi madura, peneliti akan menggunakan alat analisis regresi logistik. Regresi logistik adalah suatu metode analisis statistika untuk mendeskripsikan hubungan antar variable terikat yang memiliki dua ketegori atau lebih dengan satu atau lebih peubah bebas berskala kategori atau kontinu (Tampil et al., 2017). Model persamaan regresi logistik adalah sebagai berikut :

$L1=(p\ 1-p\ )$ = a + βX1 + βX2 + βX3 + βX4.....(1)

Keterangan :

Y = Efektivitas komunikasi pada industri sapi Madura (Y : 1 = Berpengaruh, 0 = Tidak berpengaruh)
a = Konstanta
p = probabilitas
β = Koefisien regresi logit
Ln = Log off odd
X1 = Umur peternak (Kategori)
X2 = Tingkat pendidikan (Kategori)
X3 = Teknologi dan informasi (Kategori)
X4 = Peran pendamping (Kategori)

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1. Komunikasi Antar Aktor Pada Usaha Ternak Sapi Madura

Komunikasi antar aktor memiliki peran penting dalam pengembangan usaha ternak Sapi Madura. Hal tersebut disebabkan karena semakin efektif suatu proses komunikasi, maka peran para aktor didalamnya akan menjadi lebih maksimal . Oleh sebab itu, komunikasi dapat dianggap sebagai katalisator dalam tercapainya tujuan pembangunan peternakan.

Berdasarkan temuan di lapang selama penelitian, setidaknya terdapat 5 aktor didalam rantai usaha ternak Sapi Madura. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Moh. Syamsud Dhuha, 2021) yang mengatakan bahwa kegiatan utama di dalam rantai industri sapi potong adalah penyedia input (penyedia bakalan, penyedia pakan, dan penyedia obat-obatan), penggemukan, pemasaran, penjagalan. Setiap kegiatan utama tersebut memiliki aktor kunci didalamnya.

4.2. Penyedia Bakalan

Penyedia bakalan merupakan aktor vital dalam rantai usaha ternak sapi madura. Penyedia bakalan adalah peternak yang memelihara sapi betina yang memiliki tujuan akhir untuk diambil anakannya (pedet). Pada Tabel 1 menjelaskan aktifitas-aktifitas yang dilakukan oleh seorang penyedia bakalan.

© 2025 Author

Tabel 1. Peran dan interaksi aktor penyedia bakalan dalam usaha ternak sapi madura

Aktifitas	Aktor Lain		Peran	Output
	Translasi	Intermediary		
Membeli Indukan	Warna Bulu, Postur, Umur,Harga, Bobot, Jenis Sapi	Pedagang, Peternak, Calo	Penyediaan Indukan,	Indukan Sapi
mencari pakan	Harga, Bentuk, Kuantitas, Luas Lahan, Harga Sewa	Penjual Rumput, Pemilik Lahan	Penyediaan Pakan (Rumput)	Rumput, jerami
Membeli Pakan	Kondisi, Harga, Bobot	Penjual Pakan	Penyedian Pakan	Konsentrat, Dedak
Inseminasi Buatan	Jenis Straw	Mantri Ternak	Jasa Inseminasi	Pedet
Pembiakan Alami	Postur, Kesehatan Pejantan	Pemilik Pejantan	Jasa Pembiakan	pedet
Pemasaran	Postur, Jenis Kelamin, Warna, Harga, Bobot, Kondisi	Calo, Pedagang, Peternak	Jasa, Penjualan	Jasa, Penjualan
Transportasi	Jarak	Sopir, Pemilik Kendaraan,	Jasa Transportasi	Jasa Transportasi
Membeli Obat-Obatan	Kualitas, Harga	Penyedia Input	Penyediaan Obat-Obatan Ternak	Obat Kimia (Obat Cacing, Obat Kutu Dll.), Jamu.

Sumber: Data primer Diolah, 2021

Aktifitas membeli indukan, penyedia bakalan biasa datang ke pasar hewan langsung atau datang ke rumah pemilik indukan yang sapinya dijual. Hal-hal yang biasa diperhatikan penyedia bakalan dalam memilih indukan yang berkualitas diantaranya adalah kondisi badan yang bagus (tidak cacat), warna bulu yang merah bata (favorit) , postur (kaki lurus, dada tegap, tinggi leher dan punggung sama dan lurus), memiliki umur yang masih terbilang muda sehingga memiliki masa produksi lebih lama, harga yang sesuai dengan kondisi indukan, bobot yang seimbang dengan postur, serta jenis sapi. Mencari pakan adalah aktifitas yang setiap hari dilakukan para penyedia bakalan. Para penyedia bakalan lebih suka memberi makan ternak mereka dalam bentuk hijauan segar dalam bentuk rumput gajah. Mereka beranggapan bahwa hijauan segar lebih bagus untuk dimakan ternak karena tidak mengandung campuran bahan kimia. Pada waktu-waktu tertentu seperti musim kemarau rumput gajah akan sulit didapat karena kurangnya ketersediaan air yang membuat rumput gajah tidak tumbuh lebat yang mengakibatkan ketersediaan pakan menjadi kurang. Untuk mensiasati hal tersebut, para penyedia bakalan meberikan pakan jerami kering yang disimpan pada saat musim panen dan pucuk pohon jagung. Membeli pakan yang dimaksud adalah berupa dedak dan konsentrat guna untuk memenuhi kebutuhan nutrisi sapi. Harga dedak dan bervariasi tergantung kualitas dari barang tersebut. Inseminasi buatan dilakukan dengan tujuan untuk memasukkan sperma terpilih ke rahim sapi betina guna memperoleh pedetan yang memiliki kualitas yang bagus sesuai sperma yang dipilih. Sperma pejantan yang umum digunakan adalah dari ras limosin atau Simental. ketika sapi betina sudah saatnya untuk dikawinkan, peternak akan memanggil mantri hewan setempat untuk melakukan inseminasi buatan. Inseminasi buatan dikenakan tarif 70 ribu sekali suntik. Aktifitas pembiakan alami dilakukan dengan tujuan akhir untuk mendapatkan pedetan yang memiliki kualitas bagus. Peternak melakukan pembiakan alami dengan

© 2025 Author

menggunakan sapi pejantan milik sendiri atau menyewa milik orang lain yang dirasa memiliki kualitas bagus. Harga untuk pembiakan alami adalah 100 ribu dengan ketentuan sampai sapi betina hamil. Aktifitas pemasaran dilakukan ketika pedet dirasa sudah cukup umur untuk dipisahkan dari induknya sehingga sudah bisa makan sendiri saat dijual nanti. Namun, apabila peternak tidak memiliki kebutuhan yang mendesak, pedet akan dibesarkan sendiri oleh peternak. Peternak biasa menjual pedet ke pedagang atau dibawa ke pasar sendiri oleh peternak. Ketika peternak akan melakukan penjualan sendiri ke pasar, peternak akan menyewa kendaraan untuk mengangkut pedet ke pasar. Tarif yang dikenakan untuk sekali angkut adalah 50.000 – 100.000 per ekor tergantung jarak yang akan ditempuh. Aktifitas membeli obat-obatan dilakukan guna untuk menjaga kondisi sapi agar tetap prima atau untuk melakukan pengobatan ketika ada sapi yang terkena penyakit. Peternak biasa membeli obat-obatan di toko pakan dan obat-obatan yang biasanya terletak tidak jauh dari pasar hewan.

Peternak

Aktor ini merupakan aktor kunci dalam rantai jaringan komoditas sapi potong. Peternak penggemukan adalah peternak yang memelihara sapi untuk dinaikkan bobotnya sehingga peternak mendapatkan selisih keuntungan dari harga jual dan harga beli. Di wilayah penelitian, rata-rata peternak memiliki 2-5 ekor sapi dimana dapat dikatakan sebagai peternak skala kecil. Berikut adalah peran dan aktifitas dari aktor peternak penggemukan.

Tabel 2. Peran dan interaksi aktor peternak penggemukan dalam usaha ternak sapi madura

Aktifitas	Aktor Lain		Peran	Output
	Translasi	Intermediary		
Membeli Bahan	Warna Bulu, Postur, Umur, Harga, Bobot, Jenis Sapi	Pedagang, Peternak, Calo	Penyediaan Bahan Penggemukan	Bakalan Sapi
mencari pakan	Harga, Bentuk, Kuantitas,	Penjual Rumput,	Penyediaan Pakan (Rumput)	Rumput, Jerami, Tebon
Membeli Pakan	Kondisi, Harga, Bobot	Penjual Pakan	Penyedian Pakan	Konsentrat, Dedak
Transportasi	Jarak, jalur	Sopir, Pemilik Kendaraan,	Jasa Transportasi	Jasa Transportasi
Membeli Obat-Obatan	Kualitas, Harga,	Penyedia Input	Penyediaan Obat-Obatan	Jamu, Obat Cacing,
Pemasaran	Postur, Jenis Kelamin, Warna,	Calo, Pedagang, Peternak	Jasa, Penjualan	Jasa, Penjualan

Aktifitas membeli bahan adalah membeli sapi yang akan digemukkan dalam beberapa waktu kedepan. Peternak akan pergi ke pasar untuk membeli sapi atau mencari pedagang yang memiliki bahan yang cocok untuk digemukkan. Mayoritas peternak akan memilih sapi yang memiliki kondisi sehat dan bagus (tidak cacat), punggung rata, kaki besar dan lurus, warna merah bata, kepala besar, umur yang mapan, bobot dan umur yang seimbang. Mencari pakan adalah aktifitas yang setiap hari dilakukan para peternak penggemukan. Para peternak lebih suka memberi makan ternak mereka dalam bentuk hijauan segar dalam bentuk rumput gajah. Mereka beranggapan bahwa hijauan segar lebih bagus untuk dimakan ternak karena tidak mengandung campuran bahan kimia. Pada waktu-waktu tertentu seperti musim kemarau rumput gajah akan sulit didapat karena kurangnya ketersediaan air yang membuat rumput gajah tidak tumbuh lebat yang mengakibatkan ketersediaan pakan menjadi kurang. Untuk mensiasati hal tersebut, para peternak meberikan pakan jerami kering yang disimpan pada saat musim panen dan pucuk pohon jagung. Membeli pakan yang dimaksud adalah membeli pakan

© 2025 Author

tambahan berupa dedak dan konsentrat guna untuk memenuhi kebutuhan nutrisi sapi. Harga dedak dan bervariasi tergantung kualitas dari barang tersebut. Pada masa penggemukan, dedak diberikan sehari sekali yang dicampur tetes, air dan garam pada saat pemberiannya. sedangkan konsentrat diberikan seala kadarnya oleh peternak melihat dari kondisi keuangan dari peternak tersebut.

Membeli obat-obatan dan jamu dilakukan untuk meningkatkan nafsu makan sapi dan untuk mengobati sapi yang terkena penyakit. Jamu yang digunakan untuk meningkatkan nafsu makan adalah jamu tradisional racikan sendiri seperti kunyit, temulawak, gula merah. Sedangkan obat-obatan diberikan sesuai kebutuhan. Obat-obatan yang sering dibeli oleh peternak obat cacing, obat kutu. Pemasaran dilakukan ketika sapi telah mengalami kenaikan bobot dan dirasa harga pasaran sedang baik. Disamping itu, peternak juga akan menjual sapi miliknya ketika ada kebutuhan mendesak. Peternak akan mendatangkan pedagang untuk membeli sapinya atau dijual sendiri ke pasar.

Tabel 3. Peran dan interaksi aktor pedagang dalam usaha ternak sapi madura

Aktifitas	Aktor Lain		Peran	Output
	Translasi	Intermediary		
Membeli Sapi	Warna Bulu, Postur, Umur, Harga, Bobot, Jenis Sapi.	Pedagang, Peternak, Calo	Penyediaan Sapi	Sapi
mencari pakan	Harga, Bentuk, Kuantitas, Luas Lahan, Harga Sewa	Pemilik Lahan	Penyediaan Pakan (Rumput)	Rumput, jerami, Tebon
Transportasi	Jarak, jalur	Sopir, Pemilik Kendaraan	Jasa Transportasi	Jasa Transportasi
Pemasaran	Postur, Jenis Kelamin, Warna, Harga, Bobot, Kondisi	Calo, Pedagang, Peternak, Jagal (RPH)	Penjualan Sapi	Penjualan Sapi

Aktifitas membeli sapi dilakukan pedagang dalam rangka untuk kulakan yang nantinya akan dijual lagi, namun apabila belum ada pembeli maka akan dibawa pulang yang kemudian akan dipelihara untuk sementara waktu dan akan dibawa ke pasar lagi di hari pasaran berikutnya. Tolak ukur yang digunakan pedagang dalam memilih sapi adalah postur yang tegap, punggung rata, perut tidak rata (perut kuda), warna merah bata (favorit), kaki-kaki besar dan tegap, kepala besar (mbarong). Panjang ekor yang sampai ke lutut kaki belakang. Pembeli dapat dari berbagai kalangan seperti sesama pedagang, peternak, ataupun langsung jagal. Aktifitas mencari pakan dilakukan apabila sapi yang telah dibeli tidak segera laku sehingga dibawa pulang dan akan dipelihara untuk sementara waktu. Pakan yang diberikan berupa rumput gajah ataupun rumput sawah biasa karena dianggap lebih murah sehingga pedagang dapat mengambil margin keuntungan lebih besar. Sapi yang akan dijual ke pasar akan diangkut menggunakan mobil *pick up*. Biaya sewa untuk sekali angkut adalah Rp. 50.000 – Rp. 100.000 per ekor tergantung jarak yang akan ditempuh.

Tabel 4. Peran dan interaksi aktor penyedia input dalam usaha ternak sapi madura

Aktifitas	Aktor Lain		Peran	Output
	Translasi	Intermediary		
Membeli Bahan Baku	Harga, Kualitas, Merk	Distributor	Penyediaan Input(Obat-Obatan,	Obat-Obatan,

© 2025 Author

Pemasaran	Harga, kualitas, Merk	Peternak	Jasa Penjualan	Jasa Penjualan
Transportasi	Jarak, Harga, Kualitas,	Kendaraan Pribadi	Pengadaan bahan Input	Pengadaan input

Aktifitas membeli bahan baku dilakukan oleh penyedia input guna untuk menyediakan kebutuhan peternak khususnya obat-obatan dan jamu. Penyedia input membeli bahan baku di beberapa tempat . Hal yang menjadi pertimbangan penyedia input adalah harga, jarak, kualitas, merk, dan pangsa pasar. beberapa merk obat-obatan dibeli secara online lewat marketplace ataupun media sosial facebook dikarenakan tidak ada toko grosir disekitar wilayah penyedia input. Pemasaran dilakukan di kios milik penyedia input yang berada tidak jauh dari pasar hewan. Penyedia input mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran dikarenakan tidak semua peternak mau menggunakan obat-obatan kimia dalam menangani penyakit sapi mereka. Penjualan obat-obatan akan sedikit meningkat pada saat musim hujan dikarenakan banyak sapi milik peternak yang terkena penyakit. Penyakit yang biasa datang pada saat musim hujan diantaranya adalah penyakit gatal, demam, diare dan serangan lalat. Penyedia input menggunakan kendaraan pribadi pada saat membeli bahan baku. Namun, ada beberapa merk obat-obatan dan pakan yang diantar langsung ke lokasi penyedia input dimana akan dikenai biaya tambahan.

Tabel 5. Peran dan interaksi aktor jagal/RPH/prosesor dalam usaha ternak sapi madura

Aktifitas	Aktor Lain		Peran	Output
	Translasi	Intermediary		
Membeli Sapi	Warna Bulu, Postur, Umur, Harga, Bobot, Jenis Sapi	Pedagang, Peternak, Calo	Penyediaan Sapi Potong	Sapi
mencari pakan	Harga, Bentuk, Kuantitas, Luas Lahan, Harga Sewa	Pemilik Lahan	Penyediaan Pakan (Rumput)	Rumput, jerami, Tebon
Transportasi	Jarak	Sopir	Jasa Transportasi	Jasa Transportasi
Pengolahan (Penyembelihan)	Bobot, Kondisi Sapi, Usia	Pekerja/Buruh	Penyembelihan Sapi	Daging Sapi
Pemasaran	Kualitas, harga,	Konsumen Rumah Tangga, Konsumen Rumah Makan, Buruh.	Penjualan Sapi	Penjualan Daging

Akitifitas membeli sapi dilakukan di pasar hewan ketapang ataupun dirumah pemilik sapi. Tolak ukur yang digunakan pedagang dalam memilih sapi adalah kondisi (tidak sakit) tulangan (kerangka) harga, bobot, postur yang tegap, punggung rata, perut tidak rata (perut kuda), warna merah bata (favorit), kaki-kaki besar dan tegap, kepala besar (mbarong). Panjang ekor yang sampai ke lutut kaki belakang. Aktifitas mencari pakan dilakukan apabila ada sapi yang telah dibeli tidak langsung di sembelih dikarenakan masih ada persediaan daging yang masih banyak ataupun dirasa sapi memiliki nafsu makan yang bagus sehingga sapi berpotensi mengalami kenaikan bobot dalam waktu singkat. Pada saat membeli sapi ke pasar, jagal menggunakan mobil pick up milik sendiri. Akitifitas pengolahan (penyembelihan) dilakukan ketika dirasa persediaan daging menipis. penyembelihan dilakukan pada waktu dini hari.

© 2025 Author

4.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Pada Industri sapi madura

Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh pada komunikasi industri sapi madura didalam penelitian ini menggunakan uji logistik. Tes pertama adalah uji GOF dimana yang berfungsi untuk menguji kelayakan model. Hasil dari uji GOF dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Godness Of Fit (GOF)

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	.000	4	1.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Diketahui dari hasil uji GOF nilai signifikansi uji hosmer and lameshow adalah 1.000 pada taraf α = 0,05. Sehingga berdasarkan hipotesis menerima H0 dimana menunjukkan bahwa model tersebut layak digunakan karena tidak ada perbedaan antara model dan observasinya.

Tabel 7. Hasil Uji Variabel Simultan (Test G)

		Chi-square	Df	Sig.
Step 1	Step	17.044	4	.002
	Block	17.044	4	.002
	Model	17.044	4	.002

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Hasil uji G diketahui bahwa nilai signifikansi adalah .002 pada tingkat nilai signifikansi **α** = 0,05 sehingga berdasarkan hipotesis, menolak H0 yang berarti menunjukkan keempat variabel secara simultan mempengaruhi model, atau dapat dikatakan bahwa model dinyatakan FIT. Selanjutnya untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen akan dilakukan uji parsial (uji wald) yang dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 8. Hasil Uji Variabel Parsial (Test Wald)

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Umur_X1	-19.709	1.346E4	.000	1	.999	.000
Tingkat_Pendidikan_X2	17.795	1.035E4	.000	1	.999	5.352E7
Teknologi_dan_Informasi_X3	17.825	7.422E3	.000	1	.998	5.509E7
Peran_Pendamping_X4	1.099	1.333	.679	1	.410	3.000
Constant	2.293	2.979E4	.000	1	1.000	9.908

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji parsial) dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih besar pada masing-masing variabel di taraf α = 0,05. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen (X) yaitu umur, tingkat pendidikan, teknologi dan informasi, peran pendamping tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Hal tersebut dikarenakan mayoritas peternak di Kecamatan Ketapang sudah mulai memasuki usia senja dengan taraf pendidikan yang relatif rendah yaitu SD dan SMP dan hanya sebagian kecil yang menempuh sekolah menengah atas.

Dalam hal penguasaan teknologi infomasi, peternak juga masih memiliki banyak keterbatasan. Mayoritas peternak tidak memiliki kemampuan untuk mengakses teknologi dan informasi yang tersedia saat ini. Para peternak hanya dapat mengoperasaikan HP tanpa mampu untuk mengakses internet. Hal tersebut juga diakibatkan oleh cara berpikir mereka yang merasa

© 2025 Author

sudah tua sehingga dirasa tidak perlu untuk menguasai teknologi informasi yang ada guna untuk menunjang usaha ternak mereka. Peran pendampingan di Kecamatan Ketapang telah dilaksanakan oleh stakeholder yang ada, yaitu mantri hewan dan aparat desa setempat yang mana mereka telah melakukan beberapa upaya seperti penyuluhan dan pelatihan. Namun dikarenakan adopsi inovasi peternak yang rendah mengakibatkan upaya-upaya yang dilakukan tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap kemajuan usaha ternak yang dijalankan oleh para peternak.

5. Kesimpulan

Dalam jaringan industri sapi potong madura terdapat banyak aktor yang saling berkaitan. Aktor peternak memiliki peran besar di dalam jaringan industri sapi potong. Hal tersebut dikarenakan seorang peternak dapat berpindah peran sesuai dengan keadaaan. Seorang peternak dapat berposisi menjadi aktor lain ketika kondisi jaringan memungkinkan. Meski demikian, komunikasi yang terjadi diantara para aktor masih belum dapat dikatakan efektif karena kurang maksimalnya peran dari setiap aktor yang ada di dalam jaringan. Variabel umur, pendidikan, teknologi informasi dan peran pendamping tidak berpengaruh signifikan terhadap efektifitas komunikasi yang terdapat dalam industri sapi potong di Ketapang Timur dimana nilai sig dari masing variabel adalah 0.999, 0.999, 0.998 dan 0.410 dengan taraf kesalahan $\alpha = 0{,}05$. Hal ini terjadi karena aktor-aktor yang terlibat kurang efektif dan tidak berjalan sebagaimana mestinya. Hal tersebut berakibat pada perkembangan industri sapi potong yang tidak berjalan baik dan terbilang lambat.

6. Daftar Pustaka

Ardi, R. H. H., & Simanjuntak, B. H. (2017). DESA MANDIRI ENERGI dan ANT (Studi pada Implementasi dan Peran ANT Dalam Mengenalkan Teknologi Biogas Kepada Masyarakat di Desa Lembu, Kecamatan Bancak, Kabupaten Semarang). *Cakrawala*, *6*(1), 93–116.

Badan Pusat Statistik. (2017). *Populasi Ternak Menurut Kabupaten / Kota dan Jenis Ternak di Provinsi Jawa Timur (ekor), 2017 Kabupaten / Kota Sapi Perah Sapi Potong Kerbau Kuda Kambing Domba Babi*. 2017.

BPS Kabupaten Sampang. (2019). Kecamatan Ketapang dalam Angka 2019. In *BPS Kabupaten Sampang*.

Cahyanto, P. G., & Sugihen, B. G. (2008). *Efektivitas Komunikasi Partisipatif dalam Pelaksanaan Prima Tani di Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Pontianak , Kalimantan Barat*. *06*(1), 14 30.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Qualitative Research. In Business Research Methods*. *12*.

Gayatri, S., & Mardiningsih, D. (2010). *peran komunikasi dalam pengembangan ternak sapi perah di kabupaten semarang, provinsi jawa tengah*. 7.

Hanafi, H., Soemardjo, Saleh, A., & Yuhana, I. (2004). Pendekatan Model Komunikasi Partisipasi Kelompok Dalam Adopsi Inovasi Agribisnis Ternak Kambing PE Di Girikerto Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Agro Ekonomi*, *11*(2), 70 81.

Hertanto, D., Sugiyanto, S., & Safitri, R. (2016). Analisis Struktur Jaringan Komunikasi dan Peran Aktor Dalam Penerapan Teknologi Budidaya Kentang (Petani Kentang Desa Ngantru Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang). *Habitat*, *27*(2), 55–65. https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2016.027.2.7

Kasimin, H., Idris, S. H. M., & Sahari, N. (2013). Pembangunan dan perlaksanaan perkhidmatan eKerajaan: Analisis amalan eKerajaan berpusat rakyat dari perspektif ANT (Actor Network Theory). *Jurnal Ekonomi Malaysia*, *47*(2), 39–54.

Kementerian Pertanian. (2018). Outlook 2018 Komoditas Pertanian Subsektor Peternakan Daging Sapi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1–64.

© 2025 Author

https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004
Moh. Syamsud Dhuha. (2021). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PARTISIPATIF PADA INDUSTRI SAPI MADURA MELALUI PENDEKATAN ACTOR NETWORK THEORY DI KABUPATEN SUMENEP (SAPUDI. *Agriekonomika*. https://doi.org/10.1016/j.addr.2018.07.012%0Ahttp://www.capsulae.com/media/Microencapsulation - Capsulae.pdf%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jaerosci.2019.05.001
Mustika, R. (2015). Inovasi Teknologi Portal Intranet Kominfo : *Jurnal Komunikasi Indonesia*, *IV*(April).
Nuryanto, A. (2019). Keberhasilan Dan Dampak Penerapan Sistem Informasi Desa Dalam Perspektif Actor Network Theory (Studi Kasus di Desa Ngumbul Kabupaten Pacitan). *Prosiding Seminar Nasional Geotik 2019*, *March*, 65–76.
Oka Suardi, I., Parining, N., & Sukewijaya, I. (2015). Model Manajemen Sumberdaya Komunikasi untuk Penyuluhan Pertanian dalam Pelaksanaan Sistem Pertanian Terintegrasi di Provinsi Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, *3*(1), 69–80.
Pambudy, R. (2018). *The Development of Adopting Innovation on Entrepreneurship Status of Madura Cattle Farmers*. *41*(August), 147–156.
Permana, R. (2012). Efektivitas Komunikasi Program Optimalisasi Lahan Pekarangan (Kasus Program Kawasan Rumah Pangan Lestari di Desa Mulyasari Kecamatan Ciampel Karawang Jawa Barat). In *Insitut Pertanian Bogor*.
Priyatma, J. E. (2013). Potensi Teori Jejaring Aktor untuk Memahami Inovasi Teknologi. *Seminar Nasional RITEKTRA 2013 (Riset Dan Teknologi Terapan)*. https://repository.usd.ac.id/4456/
Puguh Prasetya Utomo, Krisnawan, R. G. (2013). SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN HAK POLITIK WARGA DALAM PENYELENGGARAAN PEMERINTAHAN Puguh Prasetya Utomo. *Jurnal MANDATORY, 10*. Kata Pengantar Redaksi%0Adari
Rosana, E., & Saleh, A. (2010). *Hambatan-hambatan Komunikasi yang Dirasakan Peternak dalam Pembinaan Budidaya Sapi Potong di Kabupaten Ogal Ilir*. *8*(1). https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.8.1.%p
Rushendi, N., Sarwoprasdjo, S., & Mulyandari, R. S. H. (2017). Pengaruh Saluran Komunikasi Interpersonal terhadap Keputusan Adopsi Inovasi Pertanian Bioindustri Integrasi Seraiwangi–Ternak di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Agro Ekonomi*, *34*(2), 135. https://doi.org/10.21082/jae.v34n2.2016.135-144
Saleh, A. (2006). Tingkat Penggunaan Media Massa dan Peran Komunikasi Anggota Kelompok Peternak dalam Jaringan Komunikasi Penyuluhan Sapi Potong. *Media Peternakan*, *29*(2), 107–120.
Siswijono, S. B., & Nurgiartiningsih, V. M. A. (2010). Pengembangan model kelembagaan konservasi sapi Madura. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, *24*(1), 33–38.
Sulaiman, A. I., Sugito, T., & Sabiq, A. (2017). Komunikasi Pembangunan Partisipatif untuk Pemberdayaan Buruh Migran. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, *13*(2), 233. https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.734
Tampil, Y., Komaliq, H., & Langi, Y. (2017). Analisis Regresi Logistik Untuk Menentukan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) Mahasiswa FMIPA Universitas Sam Ratulangi Manado. *D'CARTESIAN*, *6*(2), 56. https://doi.org/10.35799/dc.6.2.2017.17023
Tasikmalaya, D. I. M. (2016). *MEMBANGUN KOMUNIKASI PARTISIPATIF MASYARAKAT*. *4*(2), 191–202.
Trianggono, B., Wiloso, P. G., & Sasongko, G. (2018). Pariwisata Dalam Perspektif Actor Network Theory (Studi Kasus Top Selfie Pinusan Kragilan Desa Pogalan, Jawa Tengah, Indonesia). *Jurnal Pariwisata Pesona*, *3*(2). https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2414
Wahyuni, S. (2006). PROSES KOMUNIKASI DAN PARTISIPASI DALAM

© 2025 Author

PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA (Kasus Program Raksa Desa di Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor). *Tesis*, 1–113.

Wardani, P., & Kartika, T. (2020). Efektivitas Komunikasi Organisasi Melalui Penerapan Sistem Administrasi Persuratan Terintegrasi di Universitas Lampung. *Jurnal Komunikasi*, *5*(1), 31–42.

Wulandari, I. (2017). *(Kajian Teori Jaringan-Aktor Michel Callon)*. *4*, 1–10.

© 2025 Author