

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi yang digunakan oleh Kelompok Peternak Akar Rumput dalam meningkatkan partisipasi peternak kambing di Desa Tayem Timur, Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap. Latar belakang penelitian ini didasari oleh rendahnya keterampilan beternak kambing masyarakat desa, kuatnya budaya beternak individual, serta resistensi peternak terhadap kelembagaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap tiga informan kunci yang terdiri dari ketua kelompok, anggota lama, anggota baru observasi partisipatif, serta dokumentasi kegiatan kelompok. Analisis data dilakukan dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan komunikasi kelompok Peternak Akar Rumput dijalankan melalui pendekatan interpersonal secara *door to door*, forum diskusi rutin, praktik beternak bersama, serta pemanfaatan media komunikasi informal. Strategi komunikasi tersebut membentuk dorongan sosial (*drive*) yang mendorong peternak untuk bergabung, meningkatkan motivasi belajar, serta mengubah pola beternak dari konvensional menuju sistem semi-modern. Kehadiran sosial anggota kelompok berperan penting dalam menciptakan tekanan sosial positif yang memperkuat kepercayaan, kesiapan, dan partisipasi peternak dalam kelompok. Penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi kelompok berfungsi sebagai mekanisme sosial-psikologis yang strategis dalam proses rekrutmen dan pemberdayaan peternak berbasis komunitas.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Kelompok, Partisipasi Anggota, Peternak Kambing, Dorongan Sosial.

ABSTRACT

This study aims to examine the communication strategies used by the Grassroots Livestock Farmers Group in increase the participation of goat farmers in Tayem Timur Village, Karangpucung District, Cilacap Regency. The background of this research is based on the low level of goat farming skills among rural communities, the strong tradition of individual farming practices, and farmers' resistance to formal livestock organizations. This research uses a descriptive qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with four key informants consisting of the group leader and active members, participatory observation, and documentation of group activities. Data analysis was conducted through data reduction, data display, and conclusion drawing, with data validity ensured through source triangulation. The results indicate that the communication strategies of the Grassroots Livestock Farmers Group are implemented through interpersonal door-to-door approaches, routine discussion forums, collective farming practices, and the use of informal communication media. These communication strategies generate social drive that encourages farmers to join the group, enhances learning motivation, and facilitates a shift from conventional farming practices to a semi-modern system. The social presence of group members plays a significant role in creating positive social pressure that strengthens trust, readiness, and farmer participation within the group. This study confirms that group communication functions as a strategic socio-psychological mechanism in the recruitment process and community-based livestock empowerment.

Keywords: Communication Strategy, Group Communication, Members Participation, Goat Farmers, Social Drive.