

Strategi Komunikasi PT. Riau Andalan *Pulp and Paper* Dalam Pemberdayaan Petani Nenas Pada Program *One Village One Commodity* (OVOC) Di Desa Kuala Panduk Pelalawan

Sapna^{1*}, Muhammad Firdaus²

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email: ¹sapna0106@student.unri.ac.id, ²muhammadfirdaus@lecturer.unri.ac.id

Email Korespondensi : ¹sapna0106@student.unri.ac.id

Abstrak– Program *One Village One Commodity* (OVOC) merupakan inisiatif tanggung jawab sosial PT Riau Andalan *Pulp and Paper* (PT. RAPP) dalam rangka memberdayakan petani nenas di Desa Kuala Panduk, Kabupaten Pelalawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan strategi komunikasi yang diterapkan PT. RAPP dalam pemberdayaan petani melalui program OVOC, khususnya dalam meningkatkan motivasi, kapasitas, dan kemandirian petani. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposive yang terdiri dari pihak perusahaan, pendamping lapangan, dan petani. Analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan meliputi sosialisasi langsung, penyuluhan rutin, pemanfaatan media komunikasi digital seperti WhatsApp Group, serta pendampingan teknis di lapangan. Strategi tersebut mendorong terbentuknya komunikasi dua arah dan partisipasi aktif petani dalam proses budidaya nenas, mulai dari perencanaan hingga tahap pemasaran. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi komunikasi PT. RAPP melalui program OVOC berhasil membangun keterlibatan petani secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas serta kesejahteraan mereka.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pemberdayaan, Petani Nenas, PT RAPP, OVOC

Abstract– The *One Village One Commodity* (OVOC) program is a social responsibility initiative of PT Riau Andalan Pulp and Paper (PT. RAPP) in order to empower pineapple farmers in Kuala Panduk Village, Pelalawan Regency. This study aims to analyze the implementation of communication strategies implemented by PT. RAPP in empowering farmers through the OVOC program, especially in increasing farmer motivation, capacity, and independence. The study used a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, direct observation, and documentation. Informants were selected purposively consisting of the company, field assistants, and farmers. Data analysis was carried out through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions, with data validity techniques using source triangulation. The results of the study showed that the communication strategies carried out included direct socialization, routine counseling, utilization of digital communication media such as WhatsApp Group, and technical assistance in the field. This strategy encourages the formation of two-way communication and active participation of farmers in the pineapple cultivation process, from planning to the marketing stage. The conclusion of this study is that the communication strategy of PT. RAPP through the OVOC program has succeeded in building sustainable farmer involvement and making a positive contribution to increasing their capacity and welfare.

Keywords: Communication Strategy, Empowerment, Pineapple Farmers, PT. RAPP, OVOC

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris, di mana sebagian besar penduduknya menggantungkan mata pencaharian pada sektor pertanian. Sektor ini memegang peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena didukung oleh kekayaan sumber daya alam seperti air, lahan, dan keanekaragaman hayati (Mulyana et al., 2017). Salah satu subsektor yang memiliki nilai tambah tinggi adalah hortikultura, khususnya komoditas nenas. Komoditas ini memiliki potensi ekonomi yang besar karena nilai jualnya yang kompetitif dan permintaan pasar yang terus meningkat, baik di tingkat lokal maupun ekspor[1].

Desa Kuala Panduk, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau, merupakan salah satu wilayah dengan karakteristik lahan gambut yang cocok untuk pengembangan budidaya nenas varietas Madu dan Queen. Potensi ini dimanfaatkan melalui program *One Village One Commodity* (OVOC), yang diinisiasi oleh PT Riau Andalan Pulp and Paper (PT. RAPP). Program ini bertujuan untuk mendorong desa fokus pada pengembangan satu komoditas unggulan, dengan dukungan pelatihan, teknologi budidaya, serta fasilitasi akses pasar.

Namun, dalam implementasinya, program OVOC menghadapi berbagai tantangan, terutama pada aspek komunikasi antara perusahaan dan petani. Hambatan seperti kurangnya informasi yang tersampaikan, rendahnya pemahaman teknis budidaya, dan terbatasnya akses terhadap informasi pasar menjadi kendala utama dalam pelaksanaan

program. Oleh karena itu, komunikasi pemberdayaan menjadi instrumen penting untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Menurut [2], pemberdayaan masyarakat mencakup upaya meningkatkan akses terhadap sumber daya, informasi, dan keterampilan melalui proses komunikasi yang partisipatif. Komunikasi dua arah memungkinkan terjadinya dialog antara pihak perusahaan dan petani, sehingga kebutuhan petani dapat lebih dipahami dan direspons secara tepat.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan pentingnya komunikasi dalam mendukung keberhasilan program pemberdayaan. [3] menekankan bahwa partisipasi aktif masyarakat sangat dipengaruhi oleh model komunikasi yang digunakan. Selain itu, [4] menunjukkan bahwa komunikasi partisipatif mampu memperkuat kepercayaan serta mempercepat transfer pengetahuan dalam konteks pemberdayaan petani. Namun demikian, hingga saat ini belum ditemukan kajian yang secara spesifik menelaah strategi komunikasi pemberdayaan yang diterapkan oleh PT RAPP dalam program OVOC, khususnya di Desa Kuala Panduk.

Sejak diluncurkan pada tahun 2021, program ini telah melibatkan sedikitnya 16 petani dengan total lahan sekitar 12 hektare. Meskipun demikian, strategi komunikasi yang digunakan masih terbatas, dengan minimnya inovasi media, kurangnya variasi pendekatan, dan hambatan dalam penyebaran informasi yang efektif. Menurut Effendy (2008), strategi komunikasi adalah suatu perencanaan yang sistematis untuk menyampaikan pesan demi tercapainya tujuan secara efisien dan efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemberdayaan yang diterapkan PT. RAPP dalam pelaksanaan program OVOC di Desa Kuala Panduk. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan strategi komunikasi CSR berbasis pertanian yang berkelanjutan, serta menjawab kekosongan literatur terkait praktik pemberdayaan oleh sektor industri.

Berikut adalah dokumentasi foto lokasi kegiatan Pemberdayaan petani nenas di Desa Kuala Panduk yang menggambarkan aktivitas petani serta kondisi kebun yang menjadi objek pemberdayaan:



Gambar 1. Lokasi Pemberdayaan petani dan kegiatan Pemberdayaan

Pada gambar di atas merupakan salah satu kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh PT. RAPP kepada petani yang ada di Kuala Panduk, setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan pemberdayaan pihak PT. RAPP selalu melakukan peninjauan dan pengecekan kondisi di lapangan. Apa keluhan yang dialami petani dan hal apa saja yang diperlukan petani dalam proses pemberdayaan nenas. Dalam kegiatan pemberdayaan tersebut bisa dilihat strategi komunikasi pemberdayaan seperti apa yang dilakukan oleh PT. RAPP.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam dan menyeluruh strategi komunikasi PT Riau Andalan Pulp and Paper (PT RAPP) dalam pemberdayaan petani nenas melalui program One Village One Commodity (OVOC) di Desa Kuala Panduk, Kabupaten Pelalawan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara kontekstual dinamika komunikasi yang terjadi di lapangan, serta menangkap makna di balik perilaku dan interaksi sosial [5].



Lokasi penelitian berada di Desa Kuala Panduk, Kecamatan Teluk Meranti, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau. Lokasi ini dipilih secara purposive karena merupakan wilayah pelaksanaan program OVOC oleh PT RAPP, serta memiliki karakteristik sosial dan geografis yang relevan dengan tujuan penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung dari Juli 2024 hingga April 2025.

Subjek penelitian terdiri dari lima informan yang dipilih secara purposive, yakni: (1) Koordinator Bidang Community Development PT. RAPP, (2) satu Community Development Officer, (3) dua orang petani yang telah mengikuti program OVOC minimal dua tahun, dan (4) Sekretaris Desa Kuala Panduk. Pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan langsung mereka dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program, sehingga mampu memberikan data yang relevan dan mendalam.

Objek penelitian adalah strategi komunikasi pemberdayaan yang dilaksanakan PT. RAPP dalam program OVOC, mencakup perencanaan, pelaksanaan, media komunikasi yang digunakan, serta bentuk partisipasi masyarakat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama:

1. Wawancara mendalam, untuk memperoleh informasi langsung dari informan mengenai proses komunikasi, tantangan, dan efektivitas strategi yang digunakan.
2. Observasi langsung, untuk melihat aktivitas pemberdayaan di lapangan secara faktual, termasuk pola interaksi, penggunaan media komunikasi, dan keterlibatan petani.
3. Dokumentasi, yang mencakup bahan-bahan penunjang seperti laporan internal PT. RAPP, modul pelatihan, foto kegiatan, notulensi pertemuan, materi sosialisasi, serta rekaman komunikasi digital (misalnya grup WhatsApp petani dan pendamping).

Teknik analisis data menggunakan model interaktif [6], yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yakni dengan membandingkan data dari berbagai informan, teknik, dan dokumen pendukung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi yang diterapkan PT Riau Andalan Pulp and Paper (PT RAPP) dalam program One Village One Commodity (OVOC) di Desa Kuala Panduk dilaksanakan secara bertahap melalui tiga pendekatan utama: sosialisasi awal, pendampingan teknis, dan monitoring berkelanjutan. Pada tahap sosialisasi, informasi mengenai teknik budidaya nenas dan pentingnya keterlibatan aktif petani disampaikan melalui pertemuan langsung dan media digital seperti WhatsApp Group. Tujuannya adalah membangun pemahaman awal, rasa kepemilikan, dan kesadaran petani terhadap pentingnya keberlanjutan program [7].

Selanjutnya, pendampingan teknis dilakukan oleh tim *Community Development Officer* (CDO) PT. RAPP secara intensif melalui kunjungan lapangan dan bimbingan langsung. Komunikasi dua arah yang terjalin memungkinkan petani menyampaikan kendala teknis secara langsung, sekaligus memperoleh solusi secara cepat dan aplikatif. Penggunaan media digital seperti WhatsApp Group juga terbukti mempercepat alur komunikasi dan memperkuat hubungan antara petani dan perusahaan. Tahap monitoring dilakukan secara berkala untuk mengevaluasi progres budidaya, memberikan umpan balik, dan menyesuaikan strategi jika diperlukan [8].

Secara konseptual, strategi ini selaras dengan prinsip pemberdayaan menurut [9], yang menekankan partisipasi, kesetaraan, dan pembangunan kapasitas melalui proses komunikasi yang melibatkan masyarakat secara aktif. Komunikasi yang dilakukan tidak bersifat top-down, tetapi membuka ruang diskusi dan dialog antara perusahaan dan petani.

Temuan ini sejalan dengan penelitian [4], yang menekankan bahwa keberhasilan pemberdayaan petani kopi di Jawa Barat sangat dipengaruhi oleh komunikasi partisipatif yang melibatkan masyarakat dalam setiap tahapan program. Sama halnya dengan penelitian [10], yang menemukan bahwa efektivitas program CSR di bidang pertanian sangat tergantung pada intensitas komunikasi, kehadiran pendamping, dan penyampaian informasi secara kontekstual. Namun, berbeda dari penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada lembaga sosial atau LSM, penelitian ini menunjukkan bagaimana **perusahaan industri besar seperti PT RAPP** dapat mengembangkan model komunikasi yang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan petani lokal dalam program CSR berbasis komoditas tunggal.

Selain itu, penggunaan media digital sederhana seperti WhatsApp Group sebagai alat komunikasi resmi dalam program ini belum banyak disorot dalam literatur sebelumnya. Ini menjadi temuan menarik dan kontekstual, mengingat keterbatasan akses informasi di daerah pedesaan. Dengan pendekatan ini, petani tidak hanya mendapatkan transfer pengetahuan teknis, tetapi juga merasa lebih diperhatikan dan terhubung secara emosional dengan program.

Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kapasitas teknis dan partisipasi petani. Petani tidak hanya mampu mengelola tanaman secara lebih baik, tetapi juga lebih percaya diri untuk mengakses pasar dan mengikuti pertemuan evaluasi. Hal ini berdampak langsung pada produktivitas lahan dan efisiensi budidaya.

Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan PT RAPP terbukti menjadi faktor kunci keberhasilan program OVOC di Kuala Panduk. Temuan ini menegaskan pentingnya peran komunikasi dalam membangun



Gambar 2. Pelaksanaan Komunikasi Pemberdayaan Petani nenas

Gambar di atas menunjukkan kegiatan pelaksanaan Komunikasi dilakukan langsung oleh tim *Community Development Officer* (CDO) PT. RAPP kepada petani nenas di Desa Kuala Panduk. Dalam kegiatan ini, petani mendapatkan pelatihan langsung mengenai teknik budidaya nenas varietas Madu dan Queen yang sesuai dengan kondisi tanah gambut setempat. Pendampingan ini merupakan bagian dari strategi komunikasi dua arah dalam program OVOC, yang bertujuan meningkatkan pengetahuan teknis dan motivasi petani untuk berpartisipasi aktif dalam program pemberdayaan.

Secara keseluruhan, pelaksanaan program OVOC di Desa Kuala Panduk memperlihatkan bagaimana strategi komunikasi yang partisipatif mampu mengubah pola pikir dan perilaku petani. Komunikasi dilakukan tidak hanya sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana interaksi, diskusi, dan penyelesaian masalah bersama. Strategi ini mendorong transformasi sosial dan ekonomi petani secara berkelanjutan, sejalan dengan kerangka pemberdayaan yang diusung oleh Jim Ife.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi PT Riau Andalan Pulp and Paper (PT RAPP) dalam pemberdayaan petani nenas pada program One Village One Commodity (OVOC) di Desa Kuala Panduk dilaksanakan secara bertahap melalui sosialisasi langsung, pendampingan teknis intensif, dan pemanfaatan media digital. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan desa dan pelatihan yang menyampaikan informasi terkait potensi ekonomi komoditas nenas, yang berdasarkan observasi mendorong partisipasi petani sejak tahap awal. Pendampingan oleh tim *Community Development Officer* dilakukan rutin di lapangan, sebagaimana dikonfirmasi oleh informan petani yang merasa lebih percaya diri dan mandiri setelah lebih dari satu tahun mengikuti program. Pemanfaatan WhatsApp Group juga terbukti efektif dalam menjawab kebutuhan informasi petani secara cepat dan memperkuat komunikasi dua arah, sebagaimana ditunjukkan oleh dokumentasi pesan dan tangkapan layar komunikasi digital. Strategi ini mencerminkan prinsip pemberdayaan menurut Jim Ife, yaitu partisipasi aktif, penguatan kapasitas, dan komunikasi dua arah, yang secara nyata telah mendukung peningkatan pengetahuan teknis, motivasi, serta keterlibatan petani dalam program secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih saya sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini, terutama kepada kedua orang tua dan keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan dan do'anya, terimakasih saya ucapkan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan sabar, PT. Riau Andalan Pulp and Paper (PT. RAPP) atas izin dan fasilitasi selama proses penelitian, serta masyarakat Desa Kuala Panduk yang telah bersedia menjadi responden dan membantu pengumpulan data. Ucapan terima kasih juga saya haturkan kepada



bapak/ibu dosen yang membantu dan memberikan banyak ilmu dan terimakasih kepada teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama penelitian ini berlangsung.

REFERENCES

- [1] M. N. Nadziroh, “Peran Sektor Pertanian Dalam Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Magetan,” *Jurnal Agristan*, vol. 2, no. 1, pp. 52–60, 2020, doi: 10.37058/ja.v2i1.2348.
- [2] J. Ife and T. F., *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat Di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- [3] T. Id, “Mengenal Teori Pemberdayaan Masyarakat Menurut Para Ahli.” 2021. [Online]. Available: <https://tirto.id/mengenal-teori-pemberdayaan-masyarakat-menurut-para-ahli-gbyu>.
- [4] B. H. Harahap, “Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Program Corporate Social Responsibility,” *Al-Mau'izhah*, vol. 5, no. 1, pp. 54–67, 2019.
- [5] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2017.
- [6] R. W. Mega Sangu, V. Suryani Hamid, and B. Realino Keh, “SOSIALISASI DAN MARKETING ONLINE UMKM KAIN TENUNAN DESA TOOBAUN, KECAMATAN AMARASI BARAT,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, vol. 3, no. 1, pp. 28–32, 2024.
- [7] P. I. Sijabat and N. Nuraisana, “RECOMMENDATIONS OF TEXT MINING-BASED THESIS SUPERVISORS WITH A COMBINATION OF TERM FREQUENCY INVERSE DOCUMENT FREQUENCY AND VECTOR SPACE MODEL,” *INFOKUM*, vol. 10, no. 4, pp. 48–60, 2022.
- [8] A. Ndruru and F. A. Sianturi, “Perancangan Sistem Informasi UMKM untuk Mempermudah Penjualan,” *Jurnal Kolaborasi Sains dan Ilmu Terapan*, vol. 3, no. 2, pp. 30–34, 2025.
- [9] E. A. Novitasari, Sishadiyati, and W. P. Primandhana, “Pemanfaatan Platform Instagram dalam Strategi Pemasaran UMKM Di Desa Ambulu, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, vol. 3, no. 1, pp. 7–14, 2024.
- [10] F. A. Sianturi *et al.*, “Implementation of the modified nearest neighbor (M-KNN) algorithm for book classification,” in *AIP Conference Proceedings*, AIP Publishing, 2023.