

**BAHASA DAERAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
DALAM MEMBANGUN KEMITRAAN PT. SUMATERA
SPECIALTY COFFEE DENGAN PETANI TAPANULI UTARA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

ZIDAN AKMAL SYAFIQRI
2103110060

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : ZIDAN AKMAL SYAFIQRI
NPM : 2103110060
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Pada Hari, Tanggal : KAMIS, 17 APRIL 2025
Waktu : Pukul 08.15 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI II : H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI III : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom. (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP
Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

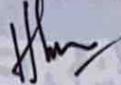
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : ZIDAN AKMAL SYAFIQRI
NPM : 2103110060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : BAHASA DAERAH SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN
KEMITRAAN ANTARA PT. SUMATERA
SPECIALTY COFFEES DENGAN PETANI
TAPANULI UTARA

Medan, 20 Maret 2025

Pembimbing



NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom
NIDN: 0110077602

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN: 0127048401



Assoc., Prof. Dr. ARIEFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Zidan Akmal Syafiqri, NPM 2103110060, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 15 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Zidan Akmal Syafiqri

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Segala bentuk puji dan syukur atas kehadiran Allah Subhanahuwa Ta'ala yang selalu senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti mampu diberi langkah agar dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi ini. Shalawat serta salam tentunya tak lupa untuk selalu panjatkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa risalah islam yang penuh dengan ilmu-ilmu pengetahuan.

Proses penyusunan pada skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah. Banyak tantangan, hambatan dan pembelajaran yang peneliti alami selama menyelesaikan penelitian ini. Namun, berkat dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak, peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua peneliti, yaitu kepada bapak **Zulkarnain** dan ibu **Megawati Batu Bara** yang telah memberikan dukungan baik dengan cinta dan dedikasi tanpa batas yang telah merawat dan membesarkan peneliti dengan memberikan doa, kasih sayang dan dukungan dalam setiap proses yang peneliti lakukan dan tidak dapat tergantikan. Terimakasih kepada adik **Zahrani Nazwa** dan adik **Zlatan Syafiq Rizky** yang telah memberikan waktunya untuk mendukung setiap proses peneliti dalam penyelesaian skripsi ini

Dalam kesempatan ini maka saya juga menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti juga mengucapkan terima kasih sebedar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc.Prof., Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Nurhasanah Nasution, S,Sos M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi peneliti yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk

memberikan bimbingan atau arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama proses peneliti menjalani perkuliahan.
9. Staff Biro dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu peneliti dalam hal mengurus berkas-berkas perkuliahan.
10. PT. Sumatera Specialty Coffees. Saya ucapkan terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Abdurrahman Syaamil Ramadhan, Fauzy Fadhillah, Saed Arrayyan Mahdali, Syahfali Hasibuan, Dony Irmansyah Nasution, Gabriel Fahreza terima kasih telah menemani dan membantu proses peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Yoga Rizaldy, Ilham Trimanto, Anugrah Habeahan, Kenzo Agam. Terima kasih atas hiburan dan dukungan yang diberikan kepada peneliti dalam proses mengerjakan skripsi ini.
13. Alvi Chairunnisa. Terima kasih atas dukungan dan selalu menemani setiap proses peneliti dalam keadaan apapun, serta selalu mendengarkan keluh kesah peneliti.

14. Terima kasih kepada diri saya sendiri, Zidan Akmal Syafiqri atas apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih karena terus berjuang dan senantiasa menikmati setiap prosesnya.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan keberkahan kepada kita semua.

Medan, April 2025

Zidan Akmal Syafiqri

**BAHASA DAERAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM
MEMBANGUN KEMITRAAN PT. SUMATERA SPECIALTY
COFFEE DENGAN PETANI TAPANULI UTARA**

ZIDAN AKMAL SYAFIQRI

NPM: 2103110060

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran bahasa daerah sebagai media komunikasi dalam membangun kemitraan antara PT. Sumatera Specialty Coffees dengan petani di Tapanuli Utara. Bahasa daerah menjadi alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi, menghindari kesalahpahaman, serta mempererat hubungan antara perusahaan dan petani. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memahami bagaimana komunikasi berbasis bahasa daerah berkontribusi dalam kelancaran kerja sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas petani lebih nyaman menggunakan bahasa daerah dalam berkomunikasi dibandingkan dengan bahasa baku, terutama dalam kegiatan sosialisasi, pembagian bibit, dan pelatihan pertanian. Perusahaan pun menyesuaikan metode komunikasinya dengan menggunakan bahasa daerah untuk meningkatkan pemahaman dan keterlibatan petani, khususnya bagi mereka yang berusia lebih tua. Selain itu, penggunaan media komunikasi seperti WhatsApp dan telepon berperan penting dalam mendukung interaksi yang lebih cepat dan efektif dengan tetap mempertahankan penggunaan bahasa daerah. Penggunaan bahasa daerah dalam komunikasi bisnis terbukti dapat meningkatkan efektivitas kerja sama, memperkuat kepercayaan antara perusahaan dan petani, serta mendukung keberlanjutan kemitraan yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang berbasis budaya lokal ini diharapkan dapat terus diterapkan dan dikembangkan guna mempererat hubungan serta memastikan kesejahteraan petani dalam industri kopi di Tapanuli Utara.

Kata Kunci: Bahasa daerah, kemitraan, petani, PT. Sumatera Specialty Coffees

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1 Komunikasi Antar Budaya	6
2.2 Media Komunikasi	6
2.3 Kemitraan Petani	8
BAB III METODE PENELITIAN	12
3.1 Jenis Penelitian	12
3.2 Kerangka Konsep	12
3.3 Definisi Konsep.....	13
3.4 Kategorisasi	14
3.5 Narasumber.....	19
3.6 Teknik Pengumpulan Data	15
3.7 Teknik Analisis Data	16
3.8 Lokasi dan waktu Penelitian.....	17

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	19
4.1 Hasil Penelitian.....	19
4.1.1 Profil PT. Sumatera Specialty Coffee.....	19
4.1.2 Hasil Wawancara.....	20
4.2 Pembahasan.....	28
BAB V PENUTUP.....	33
5.1 Simpulan.....	33
5.2 Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA.....	35
LAMPIRAN.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....	13
Gambar 4.1 Wawancara Bersama Staff Humas dan Para Petani Lokal Tapanuli Utara.....	21
Gambar 4.2 Pabrik Kopi.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	15
---	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan komunikasi dengan orang lain untuk berbagai urusan, karena komunikasi merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Apa bila manusia tidak melakukan komunikasi dengan orang lain, maka manusia akan mengalami kesulitan dalam kehidupan sosial, karena komunikasi dapat memenuhi kebutuhan manusia baik fisik, psikologi, bertukar informasi, menambah wawasan yang luas, dan lain-lain (Astuti, 2022). Dalam berkomunikasi diperlukan pemahaman apa yang dimaksud orang lain sebelum kita ingin dipahami. Komunikasi merupakan bentuk pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih agar pesan yang dimaksud dapat dipahami (Milyane, 2022).

Komunikasi dapat tercipta apa bila ada dua orang atau lebih saling berbicara, bertukar informasi secara langsung maupun tidak langsung. Pada dasarnya komunikasi terletak pada proses komunikasinya yaitu suatu kegiatan atau aktivitas dalam hal melayani hubungan antara pengirim pesan dan penerima pesan meskipun pada ruang atau waktu yang berbeda. Seperti halnya menjelaskan mengenai definisi komunikasi, prinsip komunikasi merupakan dasar atau asas pikiran untuk membahas komunikasi (Milyane, 2022).

Hasbullah memaparkan bahwa sebagai alat komunikasi dalam kegiatan sehari-hari, bahasa sangat berpengaruh dalam kehidupan kita. Makin banyak seseorang fasih dalam sebuah bahasa, makin mudah mereka berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang di sekitarnya (Rizkyanfi, 2022). Selain itu, bahasa digunakan untuk mengekspresikan diri serta sebagai alat berintegrasi, beradaptasi sosial, dan sebagai alat kontrol sosial (Zulianti, 2022).

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, agama, waktu, peranan, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok (Ayuni, 2022). Lebih jelasnya komunikasi antarbudaya adalah “komunikasi antara dua orang atau lebih yang berbeda latar belakang kebudayaan” definisi komunikasi antarbudaya yang paling sederhana, yakni komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh mereka yang berbeda latar belakang kebudayaan.

Di wilayah Tapanuli Utara, penggunaan bahasa daerah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk dalam hubungan kerja sama antara petani kopi dan PT Sumatera Specialty Coffees (SSC). Sebagai perusahaan penyedia kopi Arabika berkualitas tinggi yang berfokus pada pasar ekspor, PT SSC bekerja sama dengan petani lokal untuk memastikan kualitas dan keberlanjutan produksi kopi. Salah satu kunci keberhasilan kerja sama ini adalah

penggunaan bahasa daerah sebagai media komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan kemitraan yang kuat.

Bahasa daerah mampu menjembatani perbedaan budaya dan menciptakan rasa kepercayaan antara perusahaan dan petani (Hadiono, 2016). Meski sama-sama menggunakan Bahasa Indonesia, namun dialek dan beberapa kosa kata terdapat perbedaan yang terkadang menimbulkan saling tidak paham antara mereka (Rudianto, 2021). Komunikasi yang berbasis pada bahasa dan budaya lokal tidak hanya memperkuat ikatan sosial, tetapi juga mempermudah penyampaian informasi teknis, seperti pelatihan pertanian dan distribusi benih unggul. Dengan demikian, komunikasi antarbudaya berbasis bahasa daerah menjadi elemen penting dalam keberhasilan PT SSC untuk mendukung kesejahteraan petani dan meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar global.

Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang komunikasi antarbudaya diperlukan untuk mengatasi kesalahpahaman dan menciptakan kerja sama yang lebih harmonis (Fitria, 2024). Dengan menggunakan pendekatan komunikasi berbasis budaya, diharapkan kerja sama antara PT SSC dan petani kopi lokal tidak hanya menghasilkan produk berkualitas tinggi tetapi juga memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas maka peneliti memutuskan untuk mengangkat judul dari “Bahasa Daerah Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Kemitraan PT Sumatwra Specialty Coffees Dengan Petani Tapanuli Utara”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Bahasa Daerah Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Kemitraan PT Sumatera Specialty Coffees Dengan Petani Tapanuli Utara?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan Bahasa Daerah Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Kemitraan PT Sumatera Specialty Coffees Dengan Petani Tapanuli Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan pemahaman teori terhadap Bahasa Daerah Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Kemitraan PT Sumatera Specialty Coffees Dengan Petani Tapanuli Utara dan disesuaikan dengan kondisi yang ada dilapangan.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui penggunaan bahasa daerah sebagai komunikasi untuk meningkatkan dan membangun kemitraan bersama PT Sumatera Specialty Coffees.
- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada mengenai penerapan Bahasa daerah yang akan menjadi media komunikasi untuk membangun kerja sama atau kemitraan kepada PT Sumatera Specialty Coffees.

1.5 Sistematika Penulisan

- BAB I** : Bab ini menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II** : Bab ini menguraikan teori-teori yang berkaitan sesuai dengan hak-hak peneliti
- BAB III** : Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi operasional data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, lokasi dan waktu pelaksanaan
- BAB IV** : Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terkait dengan penelitian.
- BAB V** : Bab ini menguraikan simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya adalah proses komunikasi yang terjadi ketika individu atau kelompok dengan latar belakang budaya yang berbeda berinteraksi, bertukar informasi, dan berkomunikasi satu sama lain. Ini mencakup segala aspek komunikasi, termasuk bahasa verbal dan non-verbal, norma-norma sosial, nilai-nilai, keyakinan, dan praktik-praktik yang dipahami dan digunakan oleh kelompok budaya yang berbeda (Anugrah Dwi, 2023).

Penting untuk diingat bahwa budaya mencakup berbagai elemen seperti agama, bahasa, tradisi, norma perilaku, sistem nilai, dan sejarah yang membedakan satu kelompok dari yang lain. Ketika individu atau kelompok dari budaya yang berbeda berkomunikasi, perbedaan-perbedaan ini dapat memengaruhi cara pesan disampaikan, diterima, dan diinterpretasi (Anugrah Dwi, 2023).

Era keterbukaan informasi publik telah mengubah cara pandang masyarakat, menjadikan mereka semakin haus akan berbagai jenis informasi. Salah satu informasi yang kerap menarik perhatian publik adalah terkait program-program yang dijalankan oleh pemerintah di berbagai tingkatan. Perubahan kebutuhan dan sikap masyarakat terhadap informasi ini tidak terlepas dari pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, yang bahkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat di daerah pedesaan (Harahap Said Muhammad, 2024).

Edward T. Hall mengemukakan bahwasannya komunikasi antar budaya juga mempengaruhi pemahaman seseorang terhadap perbedaan budaya yang akan berpengaruh kepada cara orang berpikir, berbicara, dan berinteraksi dengan lawan bicara (Liliweri, 2019).

Adapun yang dijelaskan oleh Edward T. Hall untuk mengetahui beberapa kategorisasi komunikasi antar budaya (Liliweri, 2019), yaitu:

1. Silent Language: Hall menekankan pentingnya komunikasi nonverbal dan "bahasa yang tidak terucapkan". Banyak aspek komunikasi seperti gerakan, ekspresi wajah, dan isyarat dapat memiliki makna yang signifikan, tergantung pada konteks budaya.
2. Polarisasi Budaya: Hall menyoroti bagaimana orang dapat salah paham satu sama lain karena latar belakang budaya yang berbeda. Sering kali, norma, nilai, dan pola komunikasi dalam satu budaya dapat dengan budaya lain, yang dapat menyebabkan ketegangan atau konflik.
3. Temporal Relations: Hall juga berbicara tentang konsep waktu dalam budaya. Budaya dapat dibedakan menjadi "monochronic" (fokus pada waktu terjadwal, efisiensi, dan penyelesaian tugas) dan "polychronic" (lebih fleksibel terkait waktu, lebih memprioritaskan hubungan dan interaksi antara orang).
4. Proxemics: Hall mempelajari ruang dan jarak dalam komunikasi, yang disebut sebagai proxemics. Ia mencatat bahwa budaya yang berbeda memiliki cara yang berbeda dalam menggunakan ruang, misalnya jarak fisik antara pembicara dapat berbeda-beda tergantung pada norma budaya.

5. Cultural Sensitivity: Dalam komunikasi antar budaya, sensitivitas terhadap perbedaan budaya sangat penting. Mengetahui dan memahami norma dan nilai budaya lain dapat membantu mengurangi kesalahpahaman dan membangun hubungan yang lebih baik.

2.2 Media Komunikasi

Teori Uses and Gratifications yang diperkenalkan oleh Katz dan Gurevitch (1959) berfokus pada bagaimana individu menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan mereka, bukan pada pengaruh media terhadap khalayak. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa audiens aktif dalam memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

Hal ini didukung oleh studi Riley & Riley yang menunjukkan bahwa anak-anak menggunakan cerita petualangan di televisi untuk berimajinasi dan bermimpi. Blumer dan Katz (1974) menyatakan bahwa pengguna media memiliki peran penting dalam menentukan fungsi media, baik secara individu, kelompok, maupun masyarakat. Media digunakan untuk empat kebutuhan utama: pelarian dari rutinitas (diversion), hubungan personal (personal relationship), identitas diri (personal identity), dan pengawasan lingkungan (surveillance) (Armansyah, 2020).

Salah satu media komunikasi yang dilakukan adalah sosialisasi. Sosialisasi dilakukan untuk menyampaikan informasi terkait kebijakan atau situasi yang perlu diketahui oleh masyarakat. Proses ini bertujuan mengenalkan suatu sistem kepada individu, sekaligus membantu mereka menentukan tanggapan dan reaksinya. Melalui sosialisasi, manusia sebagai makhluk biologis berkembang menjadi individu yang berbudaya, mampu menjalankan perannya dengan baik baik sebagai pribadi maupun sebagai bagian dari kelompok (Nurhasanah N, 2021).

Tujuan teori ini adalah menjelaskan bagaimana komunikasi massa digunakan untuk memenuhi kebutuhan, menemukan motif individu dalam penggunaan media, serta mengidentifikasi dampak positif dan negatifnya. Pada dasarnya, teori ini melihat media sebagai alat yang dapat membantu individu belajar, bersosialisasi, memahami diri, dan memperoleh informasi yang relevan. Khalayak dianggap aktif dalam memilih konten yang sesuai untuk memuaskan kebutuhannya, sehingga pengguna media tidak hanya sebagai penerima pasif tetapi juga partisipan yang aktif (Armansyah, 2020).

Pemanfaatan media pembelajaran hendaknya disesuaikan dengan karakteristik Petani dan tujuan pembelajaran yang ingin dicapai, bahan materi yang diajarkan, karakteristik penggunaan media tersebut dan penggunaan medianya. Pemanfaatan media seharusnya dapat digunakan untuk mendapatkan perhatian anak dalam proses belajar mengajar (Riska, 2024).

Berdasarkan teori Uses and Gratifications yang dijelaskan ciri-ciri media komunikasi menurut teori ini:

1. Media sebagai alat pemenuhan kebutuhan Media digunakan oleh individu untuk memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial, seperti hiburan, informasi, dan hubungan sosial.
2. Keterlibatan aktif pengguna Khalayak memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, bukan sekadar menjadi penerima pasif.
3. Media komunikasi bersifat fleksibel karena dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti hiburan, membangun hubungan emosional, refleksi diri, dan mencari informasi, sesuai dengan kebutuhan dan motivasi individu

2.3 Kemitraan Petani

Kemitraan usaha pertanian merupakan bentuk kerja sama antara petani dengan perusahaan, pemerintah, lembaga penelitian, atau organisasi non-pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan produktivitas pertanian. Dalam kemitraan ini, pihak-pihak yang terlibat saling melengkapi, di mana salah satu pihak biasanya menyediakan modal, teknologi, serta akses pasar, sedangkan pihak lainnya menyediakan bahan baku. Contoh kemitraan ini meliputi hubungan antara petani dengan perusahaan pengolahan, distributor, atau lembaga penelitian, hingga kelompok tani yang bekerja sama dengan perusahaan mitra (Martius, 2008).

Manfaat dari kemitraan usaha pertanian sangat beragam, mulai dari peningkatan kesejahteraan petani dan produktivitas pertanian hingga jaminan pasokan bahan baku yang stabil. Kemitraan ini juga membantu meningkatkan kemampuan petani dalam mengelola usaha pertanian, menjamin akses ke pasar

yang lebih baik, serta memastikan kebutuhan bahan baku terpenuhi baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Dengan demikian, kemitraan usaha pertanian menjadi strategi yang efektif untuk mendorong keberlanjutan sektor Pertanian (Noriko, 2024).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terkait suatu kondisi atau situasi dalam konteks tertentu melalui proses penggambaran dan analisis secara terperinci. Fokus penelitian ini adalah mengamati dan mendeskripsikan fenomena yang terjadi dalam lingkungan alami (natural setting), menggunakan kata-kata, kalimat, dan fakta tanpa melibatkan angka (Babang, 2019). Penelitian kualitatif akan menjadi pendekatan yang sangat relevan untuk menggali pemahaman mendalam tentang Bahasa Daerah Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Kemitraan PT Specialty Specialty Coffees Dengan Petani Tapanuli Utara.

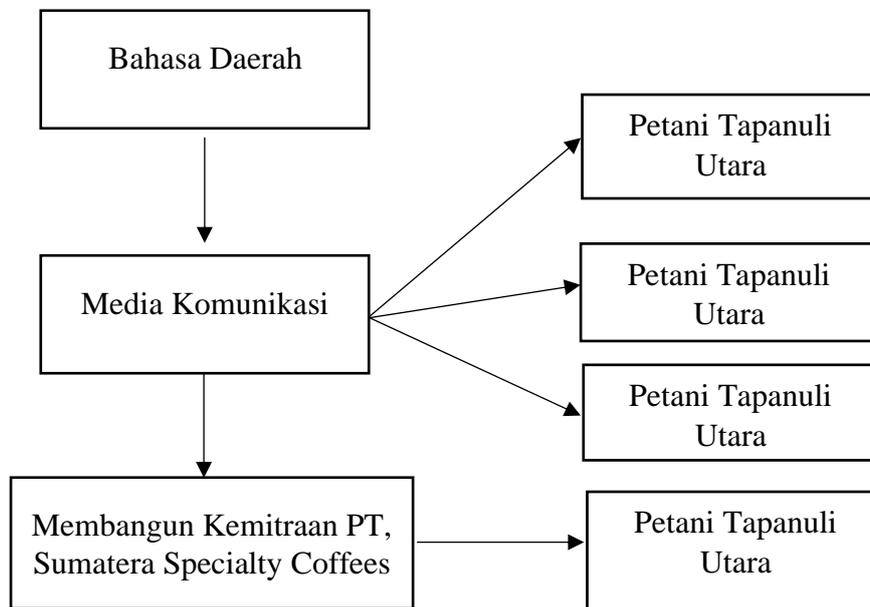
Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong 2019: 248) yang berpendapat bahwa: analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, mensintetiskan, mencari dan menemukan pola, serta menemukan dan memutuskan apa yang dapat diceritakan pada orang lain (Sukoco, 2019).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep memberikan pemahaman tentang faktor atau komponen yang akan diteliti. Penelitian ini akan membantu orang yang membaca dapat

memahami sesuai dengan tujuan yang ada pada penelitian ini dengan menggunakan konsep tersebut. Kerangka konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti, 2025

3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan penjabaran dari kerangka konsep. Berikut adalah definisi konsep dari kerangka konsep di atas:

- a) Penggunaan Bahasa daerah adalah sarana komunikasi yang digunakan oleh masyarakat lokal dalam suatu wilayah tertentu. Dalam konteks
- b) penelitian ini, Bahasa daerah menjadikan alat penting untuk melibatkan pemahaman dan membangun kerja sama yang lebih baik dari pihak PT Sumatera Specialty Coffees dengan para petani lokal yang ada di Tapanuli Utara.

- c) Media komunikasi ini merujuk pada bagian saluran atau alat yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi Seperti adanya penyuluhan, sosialisasi dan Musyawarah. Dalam penelitian ini, media komunikasi mencakup beberapa metode yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi, baik secara verbal maupun non-verbal, dalam membangun kemitraan dan kerja sama yang efektif.
- d) Membangun kemitraan adalah bagian dari sebuah proses untuk menjalin hubungan kerja sama yang saling menguntungkan antara PT Sumatera Specialty Coffees dengan para petani lokal yang ada di Tapanuli Utara.
- e) Hal ini mencakup pendekatan komunikasi, penggunaan bahasa daerah, dan media yang tepat untuk menciptakan hubungan yang produktif.

3.4 Kategorisasi

Kategorisasi bagian dari suatu kumpulan yang telah disusun atas dasar pikiran, institusi atau kriteria yang telah ditetapkan. Kategorisasi akan menunjukkan cara mengukur suatu variable penelitian sehingga diketahui dengan jelas yang menjadikan kategori penelitian pendukung untuk analisis dari variable tersebut. Adapun proses konsep teoritis dalam strategi komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dalam kategorisasi yaitu:

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian

No	Kategorisasi	Indikator
1.	Komunikasi Antar Budaya	- <i>Silent Language</i> - Polarisasi Budaya - <i>Temporal Relations</i> - <i>Proxemics</i> - <i>Cultural Sensitivity</i>
2.	Media Komunikasi	- Alat Pemenuhan Kebutuhan - Keterlibatan Aktif Pengguna - Fleksibel

Sumber: Olahan Peneliti 2025

3.5 Narasumber

Narasumber merujuk pada seseorang yang memiliki pengetahuan, pengalaman atau informasi tertentu yang relevan dan memberikan jawaban sebagai respons terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh penanya dalam suatu wawancara. Narasumber biasanya dipilih karena atau peranannya yang dianggap penting untuk memberikan wawasan yang. Informan ditetapkan dengan purposive sampling dengan kriteria adalah:

1. Individu yang aktif menggunakan bahasa daerah dalam interaksi di PT Sumatera Specialty Coffees
2. Pihak yang terlibat dalam kemitraan atau kolaborasi di PT Sumatera Specialty Coffees

Berdasarkan kriteria narasumber tersebut maka pada penelitian ini adalah:

1. Staff Humas PT. Sumatera Specialty Coffees yakni Bapak Zulkarnain
2. Petani Tapanuli Utara yakni Bapak Hemat Purba
3. Petani Tapanuli Utara yakni Eron Nababan

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Berikut Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertatap muka langsung antara pengumpul data dan narasumber atau sumber informasi (Sulistiyo, 2023). Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan para partisipan, untuk mengajukan pertanyaan yang lebih akurat dan memungkinkan partisipan untuk menyampaikan informasi secara langsung, kemudian peneliti mendapatkan jawaban yang lebih rinci dari pertanyaan yang diajukan kepada partisipan.

b. Observasi

Teknik observasi yang dilakukan pada penelitian ini salah satunya adalah observasi, yang berarti sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek di lingkungan, baik yang sedang berlangsung atau masih dalam proses yang melibatkan aktivitas perhatian terhadap suatu objek (Sulistiyo, 2023). Memilih Teknik observasi secara partisipatif untuk pengumpulan data dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk melakukan pengamatan terhadap peristiwa yang terjadi sekaligus melibatkan diri secara langsung dalam pengumpulan data dan informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

c. Dokumentasi

Beberapa sumber data seperti sumber tertulis, film, gambar dan karya-karya yang dapat dijadikan sebagai informasi untuk proses penelitian. Peneliti memilih Teknik dokumentasi sebagai pengumpulan data karena data yang diperlukan akan lebih mudah untuk didapatkan dari lokasi penelitian dan informasi/pesan yang diperoleh dari wawancara akan didokumentasikan dengan lebih baik.

3.7 Teknik Analisis Data

Pada proses penelitian ini, Teknik analisis data merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian. Analisis kualitatif data, termasuk kutipan dari wawancara yang digunakan untuk menganalisis dari pemecahan masalah yang akan muncul. Adapun tahapan-tahapan teknik analisis data menurut Buku dari Milles & Hubberman (Hubberman, 1994), sebagai berikut:

a. Analisis Tematik

Peneliti menganalisis pola dan tema yang muncul dari data untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena yang diteliti.

b. Triangulasi

Menggunakan berbagai sumber data atau metode analisis untuk memvalidasi temuan, sehingga meningkatkan keandalan hasil penelitian.

c. Penyajian Data

Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan narasi yang jelas, sehingga memudahkan pemahaman oleh pembaca.

3.8 Lokasi dan waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian. Lokasi dalam melakukan penelitian ini adalah di PT Sumatera Specialty Coffee, No.14, Jl. Siborong Borong - Parapat, Pohan Tonga, Siborong-Borong Kabupaten Tapanuli Utara, Sumatera Utara 22476, Ps. Siborong-Borong, Kec. Siborongborong, Kabupaten Tapanuli Utara, Sumatera Utara 22474 Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2025 sampai April 2025.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil PT. Sumatera Specialty Coffee

PT. Sumatera Specialty Coffees (SSC) adalah pemasok utama kopi Arabika berkualitas tinggi dari Sumatera Utara, yang berdiri sejak 2016 dengan tujuan mengenalkan cita rasa kopi Indonesia ke pasar internasional. PT SSC bekerja sama dengan petani lokal dari delapan kabupaten di Sumatera Utara, dengan 95% produksi diekspor ke jaringan kafe ternama seperti Starbucks. Melalui proses seleksi ketat dan pelatihan berkelanjutan, PT SSC juga memastikan setiap biji kopi yang diekspor memenuhi standar kualitas terbaik (SSC, 2016).

PT SSC juga fokus pada keberlanjutan dan pemberdayaan petani sebagai wujud komitmen untuk menciptakan nilai jangka panjang. Lebih dari 12.000 petani mitra bersertifikasi mendapatkan manfaat berupa pelatihan, benih unggul, dan dukungan infrastruktur, yang tidak hanya meningkatkan kualitas kopi tetapi juga kesejahteraan masyarakat. Percayakan kebutuhan kopimu pada PT. SSC, mitra andalan dalam menyediakan kopi berkualitas tinggi dengan cita rasa otentik yang diakui dunia (SSC, 2016).

Untuk menghasilkan kopi berkualitas tinggi, PT. SSC memberikan pelatihan intensif kepada petani kopi melalui sosialisasi, penyuluhan, dan distribusi benih unggul bersertifikat dari Pusat Penelitian Kopi dan Kakao. Perusahaan juga memberikan dukungan dengan mendistribusikan 1,6 juta bibit kopi selama pandemi Covid-19 untuk menjaga keberlanjutan produksi (SSC, 2016).

PT SSC memiliki visi PT. Sumatera Specialty Coffees berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi dan kualitas produk kopi dari Sumatera Utara melalui pengembangan berkelanjutan, dukungan terhadap fasilitas produksi, dan perluasan pasar ekspor dan misi dengan menekankan kualitas dan kolaborasi dengan petani, PT. SSC berupaya menjadi perusahaan kopi terkemuka yang memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal dan mempromosikan kopi Sumatera Utara di kancah internasional (SSC, 2016).

Secara Geografis wilayah PT. Sumatera Specialty Coffee berada di No.14, Jl. Siborong Borong - Parapat, Pohan Tonga, Siborong-Borong Kabupaten Tapanuli Utara, Sumatera Utara 22476, Ps. Siborong-Borong, Kec. Siborongborong, Kabupaten Tapanuli Utara, Sumatera Utara 22474.

4.1.2 Hasil Wawancara

Narasumber yang pertama dalam penelitian ini adalah Bapak Zulkarnain sebagai Staff Humas PT, Sumatera Specialty Coffees yang berumur 49 tahun, Narasumber kedua Bapak Hemat Purba sebagai Petani Lokal Tapanuli Utara yang berumur 56 tahun. Narasumber ketiga adalah Esron Nababan sebagai Petani Lokal Tapanuli Utara yang berumur 42 tahun.



Gambar 4.1 Wawancara Bersama Staff Humas dan Para Petani

Peneliti bertanya kepada Bapak Zulkarnain sebagai Staff Humas tentang peran humas dalam menggunakan komunikasi nonverbal seperti ekspresi wajah, gestur, atau nada suara. Menurut Bapak Zulkarnain mengatakan bahwasannya untuk menyesuaikan komunikasi nonverbal melalui ekspresi wajah yang ramah dan gestur tubuh yang nyaman agar para petani mudah untuk menyerap informasi yang akan disampaikan.

“Biasanya kami bersikap ramah terkadang dengan nada suara yang tegas tetapi mudah di mengerti oleh petani karena mayoritas petani suku batak jadi kami menyesuaikan saja.”

Sedangkan menurut Bapak Esron Nababan dan Hemat purba sebagai petani menyebutkan bahwa mereka masih memahami ketika ada arahan menggunakan gestur tubuh seperti lambaian tangan atau anggukan kepala.

“ kami sering bekerja tanpa banyak bicara. Misalnya, pas saat kerja di ladang, cukup dengan lambaian tangan atau anggukan kepala, kami sudah tahu apa yang harus dilakukan. Jadi, gerakan dan ekspresi sering lebih mudah dimengerti daripada kata-kata.”

Selanjutnya peneliti bertanya tentang perusahaan menghadapi perbedaan norma atau nilai budaya antara perusahaan dan petani. Bapak Zulkarnain

mengatakan bahwasannya pihak perusahaan menyesuaikan diri kepada para petani untuk memudahkan mereka dalam menjalin kerjasama dengan petani .

“Kami lebih menyesuaikan diri dengan para petani supaya mereka mau bekerja sama dengan kami. Kami tahu setiap daerah punya kebiasaan dan cara sendiri dalam bekerja, jadi kami berusaha menghormati itu. Misalnya, kami berbicara dengan bahasa yang mereka mengerti dan mengikuti cara mereka berkomunikasi. Kami juga menyesuaikan diri dengan kebiasaan mereka, seperti kapan waktu yang tepat untuk bertemu dan bagaimana cara berdiskusi..”

Kemudian, Bapak Esron Nababan Nasution dan Hemat Purba memberikan pernyataan bahwasannya tidak pernah terjadi kesalahpahaman karena perbedaan budaya.

“Tidak Pernah karena, karena pihak pt terkadang menggunakan bahasa daerah.”

Selanjutnya, Bagaimana perusahaan mengatur agar fleksibilitas waktu petani tidak menghambat proses kerja sama. Menurut Bapak Zulkarnain bahwa PT Sumatera Specialty Coffee selalu mendiskusikan dengan para petani terkait jadwal, sosialisasi. dan lain-lain.

“Kami selalu mendiskusikan dengan para petani terkait jadwal sosialisasi, pembagian bibit, survei, dan kegiatan lainnya. Kami memahami bahwa para petani memiliki jadwal kerja sendiri, jadi kami berusaha menyesuaikan waktu agar tidak mengganggu pekerjaan mereka. Misalnya, kami mencari waktu yang paling cocok untuk bertemu, seperti setelah mereka selesai bekerja di ladang. Jika ada perubahan jadwal, kami selalu berkomunikasi terlebih dahulu agar semua bisa menyesuaikan. Dengan cara ini, kerja sama tetap berjalan lancar tanpa mengganggu kegiatan para petani.”

Begitu pula halnya yang telah disampaikan oleh Bapak Esron Nababan dan Hemat Purba sebagai Petani Kopi yang mengatakan bahwa mereka selalu diinformasikan oleh pihak PT Sumatera Specialty Coffee saat akan melaksanakan kegiatan seperti sosialisasi, pembagian bibit, dan lain-lain.

“Perusahaan akan memberitahukan kepada kami kapan mereka ingin sosialisasi atau melakukan pengecekan dan kami juga memberitahukan kepada Perusahaan jadwal Ketika kami sedang di rumah dan pihak perusahaan akan menyelesaikannya.”

Kemudian, peneliti bertanya perusahaan mengelola jarak fisik dalam komunikasi dengan petani, apakah ada kebiasaan tertentu yang perlu disesuaikan agar petani merasa lebih nyaman. Dari pendapat Pak Zulkarnain, bahwasannya Petani membawa hasil panen sendiri ke PT Sumatera Specialty Coffee jika hasil panen sangat banyak pihak pt akan menyediakan transportasi untuk mengangkut hasil panen.

“Biasanya, petani sendiri yang membawa hasil panen ke PT. Namun, jika jumlahnya sangat banyak dan sulit untuk diangkut sendiri, kami menyediakan alat transportasi untuk menjemput hasil panen mereka. Kami memahami bahwa jarak antara lahan pertanian dan tempat pengolahan bisa cukup jauh, jadi kami berusaha mempermudah proses ini agar petani tidak kesulitan. Selain itu, kami juga menyesuaikan cara komunikasi agar petani merasa nyaman. Misalnya, kami sering datang langsung ke desa mereka untuk berdiskusi, bukan hanya mengandalkan telepon atau pesan. Dengan cara ini, hubungan kami dengan petani menjadi lebih dekat, dan kerja sama bisa berjalan dengan baik.”

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Esron Nababan dan Bapak Hemat Purba mereka dengan senantiasa mengantarkan hasil panen ke PT Sumatera Specialty Coffee terkadang mereka membentuk kelompok petani kopi untuk mengumpulkan hasil panen.

“4. Tidak ada, kami dengan senantiasa mengantarkan hasil panen walaupun jauh ke PT karena itu merupakan kami menghasilkan uang, Ketika musim panen tiba kami mengumpulkan kelompok petani kopi untuk di kumpulkan supaya pihak Pt datang untuk mengambil hasil panen.”

Kemudian, peneliti bertanya apakah perusahaan sering memakai bahasa daerah saat berbicara dengan petani. Menurut Bapak Zulkarnain mengatakan

bahwasannya pihak PT akan menyesuaikan Bahasa supaya petani dapat mengerti tentang informasi yang diberikan. Menggunakan Bahasa Daerah para petani jauh lebih mengerti dibandingkan dengan menggunakan Bahasa yang baku, hal itu memudahkan pihak PT untuk menjalin kerjasama dengan para petani coffee

“Tergantung dengan petani jika petani lebih mengerti menggunakan Bahasa daerah maka kami akan menjelaskan dengan Bahasa daerah untuk melakukan pendekatan biasanya kami menggunakan Bahasa daerah untuk petani yang berusia 50 tahun keatas.”

Menurut Bapak Eron Nababan juga menyebutkan bahwasannya lebih memahami ketika menggunakan Bahasa Daerah sebagai media saat berkomunikasi.

“Sangat membantu karena saya lebih paham menggunakan Bahasa daerah daripada Bahasa Indonesia.”

Sedangkan berbanding terbalik dengan Bapak Hemat Purba yang lebih mengerti menggunakan Bahasa Indonesia.

“Sangat membantu karena saya lebih paham menggunakan Bahasa daerah daripada Bahasa Indonesia, sedangkan jawaban petani satu lagi dia paham dengan menggunakan Bahasa Indonesia dan juga Bahasa daerah jadi tidak ada bedanya.”

Selanjutnya peneliti bertanya tentang Media apa saja yang biasanya digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan petani (misalnya, WhatsApp, video, radio, atau lainnya). Bapak Zulkarnain mengatakan bahwasanya pihak PT menggunakan telepon dan aplikasi whatsapp sebagai alat untuk berkomunikasi dengan para petani

“Kami biasanya berkomunikasi dengan petani melalui WhatsApp dan telepon. WhatsApp digunakan untuk mengirim pesan, berbagi informasi, dan mengirim foto atau video jika diperlukan, sehingga lebih mudah dipahami. Telepon juga sering digunakan, terutama untuk pembicaraan yang lebih penting atau mendesak. Dengan cara ini,

komunikasi bisa berjalan lebih cepat dan petani bisa langsung mendapatkan informasi yang mereka butuhkan”.

Menurut Bapak Erson Nababan dan Hemat Purba mereka sangat terbantu karena media komunikasi yang digunakan untuk bertukar informasi merupakan whatsapp grup dan telepon. Selain itu media yang digunakan mudah diakses dan dipahami oleh para petani Coffee.

“Sangat terbantu karena media komunikasi yang digunakan untuk bertukar informasi adalah WhatsApp grup dan telepon. Dengan WhatsApp grup, informasi bisa dibagikan dengan cepat ke semua petani sekaligus, seperti jadwal sosialisasi, pembagian bibit, atau informasi penting lainnya. Jika ada pertanyaan atau kendala, petani juga bisa langsung bertanya di grup, dan kami atau petani lain bisa membantu menjawab.

Selain itu, telepon juga sangat berguna, terutama untuk pembicaraan yang lebih mendesak atau jika ada hal yang perlu dijelaskan lebih detail. Dengan telepon, petani bisa langsung berbicara dan mendapatkan jawaban dengan cepat.

Media ini sangat membantu karena mudah digunakan dan sudah familiar bagi para petani kopi. Dengan cara ini, komunikasi menjadi lebih lancar, dan masalah yang muncul bisa segera diselesaikan tanpa harus bertemu langsung.”

Selanjutnya, peneliti bertanya bagaimana perusahaan memastikan bahwa media yang digunakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan petani . Menurut Zulkarnain bahwa mereka memastikan bahwa media yang digunakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan petani karena media tersebut mudah diakses dan hampir semua petani kopi memiliki handphone. Mereka memilih WhatsApp dan telepon sebagai alat komunikasi utama karena sebagian besar petani sudah terbiasa menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari .

"Kami memastikan bahwa media yang digunakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan petani karena media tersebut mudah diakses dan hampir semua petani kopi memiliki handphone. Kami memilih WhatsApp dan telepon sebagai alat komunikasi utama karena

sebagian besar petani sudah terbiasa menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, WhatsApp memungkinkan kami untuk berbagi informasi dengan cepat, baik dalam bentuk pesan teks, gambar, atau video, sehingga lebih mudah dipahami oleh petani. Jika ada hal yang perlu dijelaskan lebih lanjut, kami bisa langsung menelepon mereka. Kami juga selalu mendengarkan masukan dari petani. Jika ada kendala dalam menggunakan media komunikasi yang ada, kami mencari solusi bersama agar informasi tetap bisa diterima dengan baik. Dengan cara ini, kami memastikan bahwa komunikasi tetap efektif dan tidak menyulitkan petani.”

Sama halnya yang dikatakan oleh Bapak Esron Nababan dan Hemat Purba bahwasannya Media yang paling efektif untuk mendapatkan informasi atau menyampaikan pendapat adalah WhatsApp dan telepon. WhatsApp sangat membantu karena bisa menerima dan mengirim pesan dengan cepat, baik dalam bentuk teks, gambar, atau video dengan adanya grup WhatsApp.

“Media yang paling efektif bagi kami untuk mendapatkan informasi atau menyampaikan pendapat adalah WhatsApp dan telepon. WhatsApp sangat membantu karena kami bisa menerima dan mengirim pesan dengan cepat, baik dalam bentuk teks, gambar, atau video. Dengan adanya grup WhatsApp, kami juga bisa berdiskusi dengan petani lain dan mendapatkan informasi secara langsung tanpa harus bertemu. Selain itu, telepon juga sangat berguna, terutama jika ada hal yang perlu dijelaskan lebih detail atau membutuhkan jawaban yang cepat. Dengan telepon, kami bisa langsung berbicara dan memastikan tidak ada kesalahpahaman dalam komunikasi. Kedua media ini sangat mudah digunakan dan sudah familiar bagi para petani, sehingga tidak ada kesulitan dalam berkomunikasi. Dengan cara ini, informasi penting bisa diterima dengan cepat, dan jika ada masalah, kami bisa langsung mencari solusi bersama.”

Selanjutnya, peneliti bertanya tentang Apakah media yang digunakan perusahaan bisa dipakai untuk berbagai kebutuhan, seperti memberikan informasi, menjalin hubungan baik, atau menyelesaikan masalah. Menurut Bapak Zulkarnain mengatakan bahwa Media yang digunakan perusahaan, seperti WhatsApp dan telepon, sangat membantu dalam berbagai kebutuhan. Bisa mendapatkan informasi

penting, seperti jadwal pembagian bibit, pelatihan, atau kebijakan baru, dengan cepat dan mudah melalui WhatsApp grup.

“Sangat bisa. Media yang digunakan perusahaan, seperti WhatsApp dan telepon, sangat membantu dalam berbagai kebutuhan. Kami bisa mendapatkan informasi penting, seperti jadwal pembagian bibit, pelatihan, atau kebijakan baru, dengan cepat dan mudah melalui WhatsApp grup. Selain itu, media ini juga membantu dalam menjalin hubungan baik antara petani dan perusahaan. Dengan komunikasi yang lancar, kami bisa saling berbagi pendapat, berdiskusi, dan memahami satu sama lain dengan lebih baik. Jika ada kendala atau masalah, kami bisa langsung menyampaikannya melalui chat atau telepon, dan pihak perusahaan pun bisa segera memberikan solusi. Karena media ini mudah diakses dan digunakan oleh hampir semua petani, komunikasi menjadi lebih efektif dan kerja sama bisa berjalan dengan lebih baik.”

Sama halnya yang dikatakan oleh Bapak Esron Nababan dan Hemat Purba bahwasannya media tersebut sangat mudah diakses dan bisa digunakan kapan saja sesuai kebutuhan. Dengan WhatsApp dan telepon, Petani bisa berkomunikasi dengan perusahaan tanpa harus bertemu langsung. Jika ada informasi penting, Petani bisa langsung membacanya di WhatsApp grup atau menelepon untuk bertanya.

“Iya, media tersebut sangat mudah diakses dan bisa digunakan kapan saja sesuai kebutuhan. Dengan WhatsApp dan telepon, kami bisa berkomunikasi dengan perusahaan tanpa harus bertemu langsung. Jika ada informasi penting, kami bisa langsung membacanya di WhatsApp grup atau menelepon untuk bertanya. Selain itu, karena hampir semua petani memiliki handphone, kami bisa menggunakannya kapan saja, baik di rumah maupun saat sedang bekerja di kebun. Jika ada kendala atau pertanyaan mendesak, kami bisa langsung menghubungi perusahaan tanpa harus menunggu lama. Dengan begitu, semua kebutuhankomunikasi bisa terpenuhi dengan cepat dan mudah.”

Gambar 4.2 Pabrik Kopi PT. Sumatera Specialty Coffees



Sumber: Pabrik Kopo dan Lahan Para Petani Lokal Tapanuli Utara

4.2 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk memahami peran komunikasi nonverbal dalam interaksi antara perusahaan dan petani. Dalam wawancara yang dilakukan, pihak humas perusahaan menjelaskan bahwa komunikasi nonverbal sangat penting dalam menyampaikan informasi kepada petani. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan ekspresi wajah yang ramah dan gestur tubuh yang nyaman, sehingga petani lebih mudah memahami pesan yang disampaikan. Nada suara juga disesuaikan, terkadang tegas namun tetap mudah dimengerti, terutama karena mayoritas petani berasal dari suku tertentu yang memiliki gaya komunikasi khas.

Dari sisi petani, komunikasi nonverbal juga memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Petani terbiasa bekerja tanpa banyak bicara dan sering menggunakan gestur tubuh seperti lambaian tangan atau anggukan kepala untuk

berkomunikasi di ladang. Dengan cara ini, mereka dapat memahami instruksi atau kesepakatan tanpa perlu banyak kata-kata.

Dalam menghadapi perbedaan norma atau nilai budaya antara perusahaan dan petani, perusahaan berusaha menyesuaikan diri agar kerja sama dapat berjalan dengan baik. Perusahaan memahami bahwa setiap daerah memiliki kebiasaan dan cara kerja yang berbeda, sehingga mereka berusaha untuk menghormati dan menyesuaikan diri. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan menggunakan bahasa yang lebih familiar bagi petani serta menyesuaikan waktu dan cara berdiskusi sesuai dengan kebiasaan petani.

Dari sudut pandang petani, mereka tidak mengalami kesalahpahaman yang berarti dalam komunikasi dengan perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan sering menggunakan bahasa daerah dalam berinteraksi, sehingga informasi dapat disampaikan dengan lebih jelas dan dipahami dengan baik oleh petani.

Untuk memastikan fleksibilitas waktu petani tidak menghambat proses kerja sama, perusahaan selalu berdiskusi terlebih dahulu dengan petani terkait jadwal sosialisasi, pembagian bibit, survei, dan kegiatan lainnya. Perusahaan menyadari bahwa petani memiliki jadwal kerja yang berbeda-beda, sehingga mereka berusaha menyesuaikan waktu pertemuan agar tidak mengganggu pekerjaan di ladang. Jika ada perubahan jadwal, perusahaan selalu menginformasikannya terlebih dahulu agar semua pihak dapat menyesuaikan.

Dari sisi petani, mereka merasa selalu diinformasikan mengenai jadwal kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan, seperti sosialisasi atau pengecekan di lapangan. Jika ada kegiatan yang perlu disesuaikan, petani juga dapat mengkomunikasikan jadwal mereka kepada perusahaan agar waktu pelaksanaan bisa disesuaikan dengan kondisi mereka.

Dalam hal pengelolaan jarak fisik dalam komunikasi, perusahaan memiliki kebijakan untuk menyesuaikan kebutuhan petani. Biasanya, petani sendiri yang membawa hasil panen ke perusahaan. Namun, jika jumlahnya terlalu banyak, perusahaan menyediakan alat transportasi untuk membantu mengangkut hasil panen agar lebih mudah. Perusahaan juga memahami bahwa jarak antara lahan pertanian dan tempat pengolahan bisa cukup jauh, sehingga mereka berusaha mempermudah proses tersebut.

Petani juga memiliki kebiasaan tertentu dalam mengantarkan hasil panen. Kadang-kadang mereka membentuk kelompok untuk mengumpulkan hasil panen secara bersama-sama, sehingga perusahaan dapat mengambil hasil panen dalam jumlah besar sekaligus. Hal ini membantu memperlancar proses distribusi tanpa memberatkan petani secara individu.

Dalam hal penggunaan bahasa dalam komunikasi, perusahaan menyesuaikan penggunaan bahasa agar petani lebih mudah memahami informasi yang diberikan. Jika petani lebih mengerti bahasa daerah, maka perusahaan akan menggunakan bahasa tersebut dalam komunikasi, terutama untuk petani yang lebih senior. Hal ini mempermudah komunikasi dan mempererat hubungan kerja sama.

Dari sisi petani, sebagian lebih nyaman menggunakan bahasa daerah, sementara yang lain dapat memahami baik bahasa daerah maupun bahasa Indonesia, sehingga tidak ada perbedaan yang signifikan dalam komunikasi.

Media komunikasi yang digunakan oleh perusahaan dalam berinteraksi dengan petani umumnya adalah WhatsApp dan telepon. WhatsApp digunakan untuk mengirim pesan, berbagi informasi, serta mengirim foto atau video jika diperlukan, sehingga informasi lebih mudah dipahami. Telepon juga sering digunakan untuk komunikasi yang lebih mendesak atau jika ada hal yang perlu dijelaskan lebih detail.

Dari perspektif petani, penggunaan WhatsApp grup dan telepon sangat membantu dalam bertukar informasi. WhatsApp grup memungkinkan penyebaran informasi secara cepat kepada semua petani, seperti jadwal sosialisasi, pembagian bibit, atau informasi penting lainnya. Jika ada pertanyaan atau kendala, petani dapat langsung berdiskusi dalam grup atau menghubungi perusahaan melalui telepon untuk mendapatkan jawaban yang lebih jelas.

Perusahaan memastikan bahwa media komunikasi yang digunakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan petani dengan memilih platform yang mudah diakses. Sebagian besar petani sudah memiliki telepon genggam dan terbiasa menggunakan WhatsApp dalam kehidupan sehari-hari, sehingga komunikasi dapat berjalan dengan lebih lancar. Selain itu, perusahaan juga selalu mendengarkan masukan dari petani dan menyesuaikan cara komunikasi jika ditemukan kendala.

Dalam hal efektivitas media komunikasi, petani menilai bahwa WhatsApp dan telepon adalah yang paling efektif untuk menyampaikan pendapat dan mendapatkan informasi. WhatsApp memungkinkan pertukaran informasi dengan cepat, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Sementara itu, telepon digunakan untuk pembicaraan yang lebih mendetail atau jika ada hal mendesak yang perlu segera ditindaklanjuti.

Media komunikasi yang digunakan oleh perusahaan tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi, tetapi juga untuk menjalin hubungan baik dengan petani serta menyelesaikan masalah yang mungkin timbul. Dengan komunikasi yang lancar, petani dan perusahaan dapat saling berbagi pendapat, berdiskusi, dan memahami satu sama lain dengan lebih baik. Jika ada kendala atau permasalahan, petani dapat langsung menyampaikan melalui WhatsApp atau telepon, dan perusahaan dapat segera memberikan solusi. Dengan demikian, kerja sama dapat terus berjalan dengan baik tanpa hambatan komunikasi.

Petani juga menilai bahwa media komunikasi yang digunakan sangat mudah diakses dan dapat digunakan kapan saja sesuai kebutuhan. Mereka bisa berkomunikasi dengan perusahaan tanpa harus bertemu langsung, sehingga informasi dapat diperoleh dengan lebih cepat. Karena hampir semua petani memiliki handphone, komunikasi dapat dilakukan kapan saja, baik saat berada di rumah maupun ketika bekerja di kebun. Jika ada kendala atau pertanyaan mendesak, mereka bisa langsung menghubungi perusahaan tanpa harus menunggu lama, sehingga semua kebutuhan komunikasi dapat terpenuhi dengan lebih cepat dan mudah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan dari peneliti tentang Penggunaan Bahasa Daerah Sebagai Media Komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas petani lokal Tapanuli Utara lebih nyaman berkomunikasi untuk bekerja sama dengan PT. Sumatera Specialty Coffees dalam bahasa daerah dibandingkan bahasa baku.
2. Bahasa daerah sebagai media komunikasi dapat mempermudah sosialisasi terkait kerja sama kepada PT, Sumatera Socialty Coffees.
3. Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penyampaian informasi dan instruksi kerja.
4. Komunikasi yang lebih personal meningkatkan kemitraan dan loyalitas petani terhadap perusahaan.
5. WhatsApp dan telepon menjadi media utama komunikasi yang memungkinkan penggunaan bahasa daerah dalam membangun kerja sama petani lokal Tapanuli Utara dengan PT. Sumatera Specialty Coffees.
6. Petani yang memahami bahasa Indonesia dengan baik tetap tidak mengalami kendala meskipun komunikasi dilakukan dalam bahasa daerah.
7. Mengurangi potensi kesalahpahaman yang dapat menghambat kerja sama antara perusahaan dan petani.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada PT. Sumatera Specialty Coffees untuk memberikan pelatihan kepada staf perusahaan mengenai bahasa dan budaya lokal agar komunikasi lebih efektif dan mudah dipahami oleh para petani lokal.
2. Diharapkan kepada para petani lokal untuk dapat memahami dan belajar mengenai Bahasa Indonesia yang lebih luas agar peluang untuk berkomunikasi dengan PT. Sumatera Specialty Coffees lebih efektif.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat lebih mengembangkan penelitian yang sejenisnya khususnya terkait pada penelitian tentang strategi komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah Dwi. (2023, September 14). *Komunikasi Antar Budaya : Pengertian, Fungsi dan Bentuknya*. <https://fisip.umsu.ac.id/komunikasi-antar-budaya-pengertian-fungsi-dan-bentuknya/>.
- Armansyah. (2020). Komunikasi Massa. *Jurnal Ilmu Kebahasaan dan Kesastraan*, Vol 22 No., 1–12. <https://repository.petra.ac.id/19098/>
- Astuti, E. (2022). Dampak Pemerolehan Bahasa Anak Dalam Berbicara Terhadap Peran Lingkungan. *Educatif Journal of Education Research*, Vol 4 No.1, 87–96. <http://pub.mykreatif.com/index.php/educatif/article/view/202>
- Ayuni, D. (2022). Komunikasi Antar Budaya Dalam Perspektif Antropologi. *Da'watuna: Journal of Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, Vol2No1,1–14. <https://journal.laaroiba.com/index.php/dawatuna/article/view/503>
- Babang, D. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Sentra Tenun Prailiu dalam Meningkatkan Penjualan Kain Tenun Sumba Timur. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, Vol.1 No.2, 82–89. <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/24>
- Fitria, D. (2024). Komunikasi Antarbudaya Pada Perusahaan Multinasional Puma Majalengka. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 1 No., 114–135. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/retorika/article/view/1277>
- Hadiono, A. F. (2016). Komunikasi Antar Budaya:(Kajian Tentang Komunikasi Antar Budaya Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, Vol.8No.,136–159. <http://ejournal.iaida.ac.id/index.php/darussalam/article/view/12>
- Harahap Said Muhammad, D. (2024). Sistem Informasi Desa Berbasis Digitalisasi Menuju Smart Village di Desa Bandar Pulau Pekan Kabupaten Asahan. *EDU SOCIETY ...*, Vol. 4 No., 1737–1747.
- Liliweri, D. R. A. (2019). *Konfigurasi Dasar Teori-Teori Komunikasi Antar Budaya*(PenerbitN).books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=rlhXEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=konfigurasi+dasar+%22teori+teori%22+komunikasi+antar+budaya&ots=xU8OeXD3OF&sig=zgqLZi6PCMw5ccpzt9Znu1DQbPY>
- Martius, E. (2008). Kemitraan Agribisnis Untuk Memberdayakan Ekonomi Rakyat. *Jurnal agribisnis kerakyatan*, Vol 1, No., 1–11. <http://jak.faperta.unand.ac.id/index.php/jak/article/view/5>

- Milyane, D. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi* (A. Masruroh (ed.); Widina Bha). books.google.com.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=wtudEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA62&dq=psikologi+komunikasi&ots=hmx-qWnkX8&sig=m3Y6a1O187VibjN9akN2objZeQQ>
- Noriko, D. (2024). Pemberdayaan Kemitraan Petani untuk Ketahanan Pangan Melalui Model Pertanian Berkelanjutan di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 8 No., 219228. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/parahita/article/view/7641>
- Nurhasanah N, D. (2021). Sosialisasi mutu lulusan sekolah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mewujudkan pendidikan yang bermutu. *Jurnal Community*, Vol. 6 No. 1, 2303–2314.
<https://www.academia.edu/download/105918414/3028.pdf>
- Riska, at all. (2024). Penggunaan Boneka Tangan Sebagai Media Komunikasi Pembelajaran Bagi Anak Tk Zahrah Humairah Desa Huta Rao Kabupaten Asahan. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora ...)*, Vol 5 No., 16–25.
<https://www.jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/somasi/article/view/1087>
- Rizkyanfi, D. (2022). Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Interaksi Komunikasi Jual Beli Di Pasar Tradisional Gegerkalong, Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12 No, 60–69. <https://jurnal.akmrtv.ac.id/jk/article/view/304>
- Rudianto, D. (2021). Komunikasi Organisasi Antar Budaya di Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Sumatera Utara. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 5, No 1.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/5301>
- SSC, P. (2016). *Pt Sumatra Specialty Coffee*. <https://ptssc.id/>
- Sukoco, S. A. (2019). Strategi Promosi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, Vol 18, No, 20–36.
<http://jurnal.stiapembangunanjember.ac.id/index.php/dianilmu/article/view/107>
- Sulistiyo, U. (2023). *Metode penelitian kualitatif* (M. Rinaldy (ed.); M.Rinaldy). books.google.com.
https://books.google.co.id/books?id=nJm8EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Zulianti, D. (2022). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Pemasaran Dalam Bisnis Tiktok Shop. *Journal of Multidisciplinary Studies*, Vol. 6 No., 304–3017.
<https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/academica/article/view/5708>



PT. SUMATERA SPECIALTY COFFEES

PLANT : Jl Baligo - Siborongborong , Desa Pekan Tonga, TAPUT, SUMUT, Ph/fax (0633) 43160

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN RISET/ PENELITIAN

Nomor: 011/IV/RISET/2025

Saya yang bertanda tangan dibawah ini selaku Direktur PT. Sumatera Specialty Coffees dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Zidan Akmal Syafiqri
NIM : 2103110060
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar telah melakukan riset/penelitian di PT. Sumatera Specialty Coffees sesuai surat yang diterima dari Universitas Utara Muhammadiyah Sumatera Utara dengan dengan nomor: 478/KET/IL3AU/UMSU-03/F/2025, dengan judul riset/penelitian **"BAHASA DAERAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASIDALAM MEMBANGUN KEMITRAAN ANTARA PT. SUMATERA SPECIALTY COFFEE DENGAN PETANI TAPANULI UTARA"** pada tanggal 25 Februari 2025 sampai tanggal 27 Februari 2025.

Demikian surat ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik saya ucapkan terima kasih.

Siborongborong, 09 April 2025

Joko Prabowo



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dika-meng-arah-kan ke-ber-ke-hidupan nomor-dan-ke-gagalannya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/II/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

✉ info@fkip.umcu.ac.id ✉ fkip@umcu.ac.id ✉ umsumedan ✉ umsumedan ✉ umsumedan ✉ umsumedan

Sk-1

**PERMCHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth. Bapak/Ibu
 Program Studi Ilmu Komunikasi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan,20.....

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Zidan Ahmal Syafiqri
 NPM : 21.6311.00.60
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 SKS diperoleh : 119 SKS, IP Kumulatif 3.65

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Bahasa Daerah Sebagai Media Komunikasi Dalam Mem- Bangun Kemitraan Antara PT. Specialty Sumatra Coffees Dengan Petani Tapanuli Utara	<input checked="" type="checkbox"/> 21 Nov 2024
2	Penerapan Komunikasi Organisasi untuk Meningkatkan Partesi- Pasi Petani Kopi di PT. Specialty Sumatra Coffees Tapanuli Utara	
3	Strategi Komunikasi Bisnis dan Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Bonsai di Kota Medan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:

Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal 21 Desember 2024

Ketua

Program Studi.....

(Akhyar Anshori S. Sos M.Kom)

NIDN:

015-21.311

Pemohon,

(Zidan Ahmal Syafiqri)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi.....

(.....)

NIDN: 0110677602





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id>

fisp@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nomor : 2134/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **04 Desember 2024**, dengan ini menetapkan judul Tugas Akhir Mahasiswa dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **ZIDAN AKMAL SYAFIQRI**
NPM : 2103110060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **BAHASA DAERAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN KEMITRAAN ANTARA PT. SUMATRA SPECIALTY COFFEES DENGAN PETANI TAPANULI UTARA**

Pembimbing : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.LKom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 015.21.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 04 Juni 2025.

Ditetapkan di Medan,

Pada Tanggal, 03 Djumadil Akhir 1446 H

04 Desember 2024 M



Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.

NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK/KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp: (061) 6622400 - 66224567 Fax: (061) 6625474 - 6631003
<https://fisp.unisu.ac.id> fisp@umsu.ac.id umsu.ac.id umsu.ac.id umsu.ac.id umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 22 Januari 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : Zidan Akmal Syaifari
NPM : 2103110060
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 2134/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2024.. tanggal 04 Desember 2024 dengan judul sebagai berikut :

Bahasa Daerah Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Kemitraan PT Sumatera Specialty Coffee Dengan Petani Tapanuli Utara.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan diinaskan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proopsosal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

NIDN: 012708401

NIDN: 0110077602

(Akhyar Anshori S. Sas. M. Idris) (Nur Hasanah Nasution S.Sos) (Zidan Akmal Syaifari)





UMSU
Unggul | Berprestasi | Berkeadilan

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 246/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 31 Januari 2025
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



No	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENYANGGAP	PEMIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
25	YURIKA BUNGA CHINTYA PANJAITAN	21031103075	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS KOMUNIKASI BINN DALAM PENANGANAN KRISIS PENYALAHGUNAAN DAN PEREDARAN NARKOBA DI TANJUNGPALAI
27	NITA ANANTA YUFAN	21031101227	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	EFEKTIVITAS POLA KOMUNIKASI GURU TERHADAP SISWA DENGAN METODE BRAIN STORMING DI SMA NEGERI 1 AIR PUTIH
28	ZIDAN AKMAL SYAFIQRI	21031100860	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	BAHASA DAERAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MENDUKUNG KEMITRAAN ANTARA PT. CIMATRA SPECIALTY COFFEES DENGAN PETANI TAPANULI UTARA
29	BAIHAQI SEPTIANSYAH NOVRIZAL	2103110258	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PEMAHAMAN SPIRITUAL BAGI MASYARAKAT MUALAF DI DESA LAUBENG KEADEH
30	AMEYLIA PUTRI HARAHAP	2103110135	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	STRATEGI PENGGUNAAN VISUAL EFEK UNTUK

Meganti: 30 Ralat, 1446 H
30 Januari 2025 M.
Dekan
Assoc. Prof. Dr. ARFIN SALEH, (MSP.)
UMSU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STRATEGI
BIBLIOTEKA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Eviden Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK/KP/PT/XU/2022

Pusat Adm. & Informatika: Jalan Mubtazir Beari No. 3 Medan 20236 Telp. (061) 6622470 - 66224867 Fax. (061) 6625474 - 6631003

Website: <https://falspi.umhu.ac.id> Email: falspi@umhu.ac.id Instagram: @umsuamedan Facebook: umsuamedan Twitter: umsuamedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : Zidan Akmal Syafiqri
 NPM : 2103110060
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Bahasa Daerah Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Kemitraan Antara PT. Sumatera Specialty Coffees Program Petani Tapanuli Utara

No.	Tanggal	Kegiatan Adwis/Bimbingan	Pasal Pembimbing
1.	04/12/2024	Penetapan Judul Skripsi	
2	14/01/2025	Bimbingan Proposal	
3	15/01/2025	Revisi Bab 2	
4	17/01/2025	Acc Proposal	
5	18/02/2025	Revisi Kategorisasi Penelitian	
6	19/02/2025	Acc Bab 1-3	
7	20/02/2025	Bimbingan draft wawancara	
8	21/02/2025	Acc Draft wawancara	
9	07/03/2025	Bimbingan Bab 4-5	
10	20/03-26	Acc Bab 1-5	

Medan, 20 Maret 2025

Dekan

Ketua Program Studi,

Pembimbing

(Assoc. Prof. Dr. Anisa Salsab, M.P)

(Astaga Andani, S.Si, M.Pd)

(MURSIYAH MANSUR)

NIDN :

NIDN :

NIDN : 0110073602



**UNIVERSITAS MUEHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JURNAL DAN ARTIKEL
GENDER DAN JURNAL LINGKUNGAN**

Nomor : 001/JUNDIL.3.AU/UMSU-03/F/2025



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENJURI			Judul Skripsi
			PENJURI I	PENJURI II	PENJURI III	
36	FAUZY FADHILLAH	2103110090	AKHYAR ANSIFORI S.Soc, MLikom	FAZAL HAZZAH LUBIS, S.Soc, MLikom.	H. TENERMAN, S.Soc, MLikom	IMPLEMENTASI TEORI TRIPLE BOTTOM LINE PADA PT. SUMATERA SPECIALTY COFFEE TAPANULI UTARA DALAM MENCAPAI KEBERLANJUTAN BISNIS
37	FAZRI MUTHAMINAH	2103110070	D. LUTFI BASIT, S.Soc MLikom	FAZAL HAZZAH LUBIS, S.Soc, MLikom.	D. MUHAMMAD THARRIQ S.Soc, MLikom	PENERAPAN TEORI KEBUTUHAN HILIRAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA SISWA SMK KESEHATAN GANDA HUBADA TEBING TIMOR
38	ALYA KHALIZAH	2103110247	Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHYAN, MLikom.	Asoc. Prof. Dr. ARFIN SALEH, MSP.	FAZAL HAZZAH LUBIS, S.Soc, MLikom.	ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT
39	MUHAMMAD RAMAKELID HAKIM	2103110250	Dr. MUHAMMAD THARRIQ S.Soc, MLikom	H. TENERMAN, S.Soc, MLikom	D. LUTFI BASIT, S.Soc, MLikom	STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) DI KOTA MEDAN
40	ZIDAN AKMAL SYAFIQRI	2103110060	Dr. MUHAMMAD THARRIQ S.Soc, MLikom	H. TENERMAN, S.Soc, MLikom	NURHASANAH NASUTION, S.Soc, MLikom	BAHAYA DAERAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MEBANGUN KEMITRAAN ANTARA PT. SUMATRA SPECIALTY COFFEES DENGAN PETANI TAPANULI UTARA

Media Skripsi:

Medan, 18 Januari 1448 H

15 April 2025 M



Asoc. Prof. Dr. Arfin Saleh, MSP.



Sekretaris

Prof. Dr. Abrar Adhyan, MLikom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Zidan Akmal Syafiqri
Tempat/Tanggal Lahir : P Brandan, 12 September 2003
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Sisingamangaraja. Pasar Siborongborong,
Kecamatan Siborongborong, Tapanuli Utara
Email : msqzidan@gmail.com

Data Orang Tua

Nama Ayah : Zulkarnain
Nama Ibu : Megawati Batubara
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Ibu rumah tangga
Alamat : Jl. Sisingamangaraja. Pasar Siborongborong,
Kecamatan Siborongborong, Tapanuli Utara

Pendidikan Formal

2009-2015 : SD N173270 Siborongborong
2015-2018 : SMP N1 Siborongborong
2018-2021 : SMAN2 Siborongborong
2021-2025 : Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara