

STRATEGI KOMUNIKASI INOVASI HASIL RISET PADA MASYARAKAT LINGKAR KAMPUS IPB UNIVERSITY

Ismi Arsilah Rahmawati^{*1)}, Pudji Muljono²⁾, Krishnarini Matindas³⁾, Kamilah Dwi Kurniawati⁴⁾

^{1,4)}Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

^{2,3)}Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University, Indonesia

*E-mail correspondence: ismiardsilah@fisip.unmul.ac.id

Copyright © 2025 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: 10.53866/jimi.v5i3.887

Abstract

PB University is recognized as one of the higher education institutions with a strong track record in innovation. This is evidenced by its consistent inclusion over twelve consecutive years (2008–2019) in the “100+ Indonesian Innovations” program organized by the Business Innovation Center (BIC), with support from the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology (Kemenristekdikti RI) and the Indonesian Institute of Sciences (LIPI). As centers of innovation, universities are expected to contribute to societal advancement by offering impactful and solution-oriented research outcomes. However, a critical question arises: do these research results truly offer effective solutions for the community, or do they merely remain archived in libraries, accessible only to a limited audience? This study employs a qualitative research design, with informants comprising representatives from various components, including managers and innovators. The qualitative data were analyzed using a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) framework. The findings reveal that the current context presents both strengths and opportunities that can be strategically leveraged. Consequently, an aggressive strategy is recommended to maximize these internal strengths and external opportunities.

Keywords: Innovation research result, IPB University, SWOT analysis

Abstrak

IPB University merupakan salah satu perguruan tinggi yang dikenal memiliki banyak inovasi. Hal ini tercermin dari prestasinya selama dua belas tahun berturut-turut (2008–2019) yang selalu masuk dalam program 100+ Inovasi Indonesia yang diselenggarakan oleh Business Innovation Center (BIC), didukung oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemenristekdikti RI) serta Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). Perguruan tinggi berperan sebagai pusat inovasi yang berkontribusi terhadap kemajuan masyarakat melalui hasil-hasil riset yang dihasilkan. Namun, muncul pertanyaan apakah hasil riset tersebut benar-benar memberikan solusi nyata bagi masyarakat atau hanya menjadi arsip yang tersimpan rapi di perpustakaan dan hanya dapat diakses oleh kalangan terbatas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan informan yang terdiri dari perwakilan tiap komponen, pengelola, serta para inovator. Data kualitatif dianalisis dengan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hasil analisis menunjukkan bahwa situasi saat ini memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dioptimalkan, sehingga strategi yang disarankan dalam penelitian ini adalah strategi agresif.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Hasil riset inovasi, IPB University

1. Pendahuluan

Inovasi hasil riset memiliki peran penting dalam mendorong pembangunan berbasis ilmu pengetahuan terutama di wilayah sekitar lembaga pendidikan tinggi seperti IPB University. Namun, keberhasilan inovasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas temuan ilmiah semata tetapi juga oleh efektivitas strategi komunikasi dalam mentransformasikan hasil riset menjadi pengetahuan yang aplikatif bagi masyarakat (Rogers, 2003). Di kawasan lingkaran kampus, masyarakat sering kali menjadi penerima langsung dampak dari kegiatan akademik dan riset, namun keterhubungan antara inovator (peneliti) dan pengguna (masyarakat) masih menghadapi tantangan komunikasi, baik dalam aspek bahasa, media, maupun relevansi konteks lokal (Effendy, 2006).

IPB University sebagai perguruan tinggi berbasis riset memiliki komitmen kuat dalam mengembangkan inovasi di bidang pertanian, pangan, dan lingkungan. Namun, penyebaran dan pemanfaatan hasil-hasil riset di masyarakat lingkaran kampus. Permasalahan ini menuntut adanya strategi komunikasi yang inovatif, partisipatif, dan adaptif terhadap karakteristik sosial-budaya masyarakat setempat (Mefalopulos, 2008).

Strategi komunikasi inovasi tidak hanya mencakup penyampaian pesan tetapi juga bagaimana membangun dialog, kepercayaan, dan kolaborasi antara peneliti dan masyarakat. Konsep komunikasi pembangunan menekankan pentingnya pendekatan dua arah, yang memperhatikan kebutuhan, nilai, serta persepsi masyarakat sebagai bagian dari proses adopsi inovasi (Servaes, 2008). Oleh karena itu, diperlukan pemetaan strategi komunikasi yang sesuai dengan konteks lokal dan karakteristik sosial masyarakat lingkaran kampus agar hasil riset dapat diterima dan dimanfaatkan secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan berfokus pada Apa strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset pada masyarakat lingkaran kampus IPB University? Dan merumuskan strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset pada masyarakat lingkaran kampus IPB. Tujuan penelitian ini yaitu merumuskan strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset pada masyarakat lingkaran kampus IPB University, untuk kepentingan pengelola dan inovator dalam diseminasi hasil inovasi kepada user/pengguna

2. Metode Penelitian

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yaitu di Desa lingkaran kampus IPB University, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan daerah tersebut merupakan lokasi hilirisasi inovasi IPB University yang mewakili empat komponen yaitu pertanian, perikanan, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan pengolahan pangan, dan peternakan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2022.

2.2. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana dan prosedur penelitian yang mencakup semua keputusan mulai dari asumsi yang luas hingga metode paling rinci mengenai proses pengumpulan dan analisis data. Adapun pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus, yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu. Ditinjau dari wilayahnya, maka penelitian kasus hanya meliputi daerah atau subyek yang sempit, tetapi ditinjau dari sifat penelitian, penelitian kasus lebih mendalam.

2.3. Teknik Pengumpulan Data

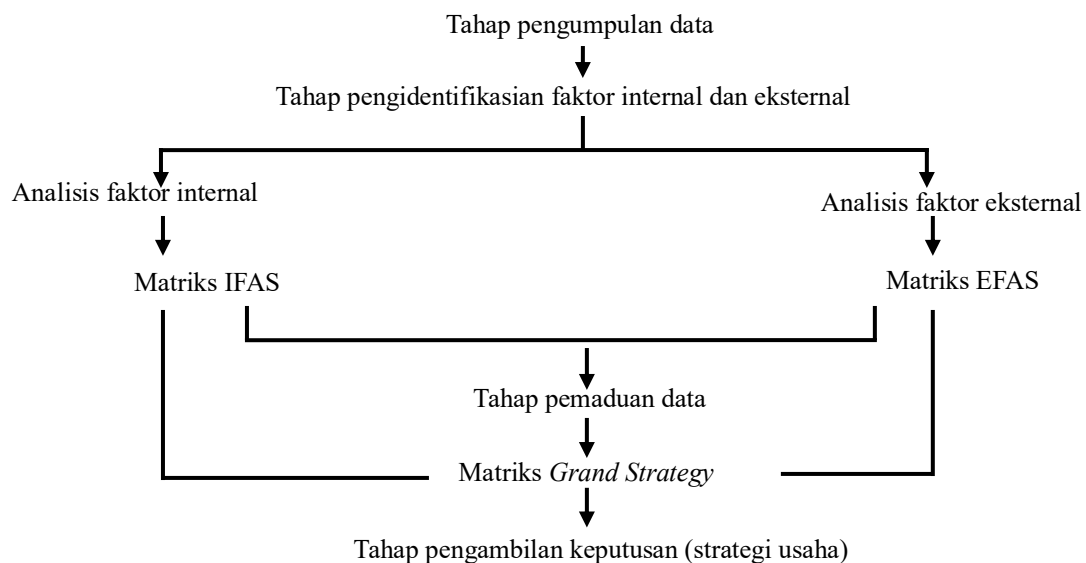
Subyek penelitian ini adalah informan. Informan digunakan dalam pengumpulan data secara kualitatif dengan wawancara mendalam kepada masing-masing 1 orang dari perwakilan pengelola (LPPM), inovator (dosen IPB) dan ketua kelompok masing-masing komponen. Adapun pemilihan informan menggunakan Teknik purposive sampling yakni dari pengelola dan inovator IPB University. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara mendalam (indepth interview) yaitu melakukan tanya jawab lisan secara langsung dan mendalam guna memperdalam informasi yang telah diperoleh sebelumnya. Wawancara mendalam dilakukan kepada inovator, pengelola dan perwakilan masyarakat.

2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data dengan cara penelusuran dan pencatatan data, dokumen, arsip maupun referensi yang relevan di instansi yang ada kaitannya dengan penelitian..

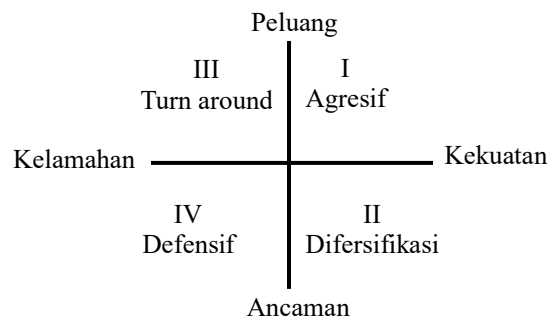
2.4. Teknik Analisis Data

Wawancara mendalam kepada informan (Pengelola dan inovator IPB University) dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan untuk melihat kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman untuk merencanakan peningkatan komunikasi inovasi hasil riset IPB University. Analisis SWOT mencakup analisis faktor strategi internal (IFAS) dan faktor strategi eksternal (EFAS). Analisis SWOT pada penelitian ini mengacu pada tahapan analisis SWOT dari Rangkuti (2015). Salah satu alat yang dipakai untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan umumnya dan khususnya terhadap bidang pemasaran dalam menghadapi lingkungannya adalah analisis SWOT (Mashuri, 2020). Faktor internal dan eksternal berpengaruh dalam perumusan strategi (Sutrisno et al. 2016). Tahapan-tahapan dari analisis ini disajikan dalam Gambar 1:



Gambar 1. Tahapan analisis SWOT

Strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset di IPB University disajikan dari letak kuadran matriks *Grand Strategy*. Matriks *Grand Strategy* terbagi menjadi 4 kuadran yaitu kuadran I (strategi agresif), II (diversifikasi), III (*turn around*) dan IV (defensif). Matriks *Grand Strategy* disajikan pada Gambar 2:



Gambar 2 Matriks *grand strategy*

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh beberapa faktor strategis dalam rangka upaya peningkatan hasil riset inovasi di IPB University terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Evaluasi faktor internal dilakukan dengan pengisian kuesioner saat pengambilan data untuk memperoleh bobot, rating dan nilai dari masing-masing faktor internal. Matriks internal memiliki bobot, rating dan skor yang harus diisi. Pengisian bobot berdasarkan rata-rata jawaban responden dengan membandingkan seluruh faktor yang ada. Rating diisi berdasarkan nilai modus dari jawaban responden. Skor diperoleh dari perkalian bobot dengan rating disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Rating, bobot, skor dari faktor internal kekuatan dan kelemahan

Faktor internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan (<i>Strenght</i>)			
a. Inovasi IPB sangat terpercaya	2	0,250	0,500
b. Inovasi IPB sangat disukai	2	0,188	0,375
c. SDM IPB lebih baik dibandingkan yang lain	2	0,125	0,250
d. Inovasi IPB unik dan menarik	2	0,063	0,125
Total score		0,625	1,250
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
a. Penjelasan mengenai inovasi IPB sulit dipahami	1	0,094	0,094
b. Inovator/pengelola IPB kurang memfasilitasi tanya jawab	1	0,125	0,125
c. Contoh produk inovasi tidak diperlihatkan secara jelas	1	0,156	0,156
Total Skor <i>weakness</i>		0,375	0,375
Total internal		1	
Selisih internal (S-W)			0,857

Kekuatan (*strength*). Empat kekuatan yang menyokong upaya peningkatan hasil riset di IPB University meliputi: (1) inovasi IPB sangat terpercaya (2) inovasi IPB sangat disukai (3) SDM (Sumber Daya Manusia) IPB lebih baik dibandingkan yang lain (4) inovasi IPB unik dan menarik. Faktor kekuatan yang memiliki respon tertinggi adalah inovasi IPB sangat terpercaya (0,500), pada kenyataan di lapangan para responden sangat percaya dengan kualitas produk yang diciptakan IPB, visibilitas IPB pada responden penelitian ini sangat baik. Semua elemen yang dilakukan berdasarkan kepentingan dan kebutuhan pengguna (Ramadhani, 2017). Pendekatan personal perlu dilakukan guna menjaga kepercayaan (Azmadahadid et al. 2019).

Kelemahan (*Weakness*). Tiga kelemahan yang menghambat upaya peningkatan hasil riset inovasi di IPB university meliputi (1) penjelasan mengenai inovasi IPB sulit dipahami (2) inovator atau pengelola IPB kurang memfasilitasi tanya jawab (3) contoh produk inovasi tidak diperlihatkan secara jelas. Faktor kelemahan yang memiliki respon tertinggi adalah contoh produk inovasi tidak diperlihatkan secara jelas (0,156). Berdasarkan hasil wawancara, responden menyebutkan bahwa tidak jarang inovator atau pengelola IPB yang mendiseminasikan produk ke tempat mereka tidak membawa produk inovasinya. Total skor yang dihasilkan dari evaluasi faktor internal adalah 0,857, mengindikasikan bahwa secara internal kekuatan lebih dominan dibandingkan dengan kelemahan, hal ini sejalan dengan penelitian (Muljono et al. 2015).

3.2 External Factor Analysis Strategy (EFAS)

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh beberapa faktor strategis dalam rangka upaya peningkatan hasil riset inovasi di IPB University terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Evaluasi faktor eksternal dilakukan dengan pengisian kuesioner saat pengambilan data untuk memperoleh bobot, rating dan nilai dari masing-masing faktor eksternal. Faktor strategis tersebut meliputi faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Matriks eksternal memiliki bobot, rating dan skor yang harus diisi. Pengisian bobot berdasarkan rata-rata jawaban responden dengan membandingkan seluruh faktor yang ada. Rating diisi berdasarkan nilai modus dari jawaban responden. Skor diperoleh dari perkalian bobot dengan rating disajikan pada Tabel 2.

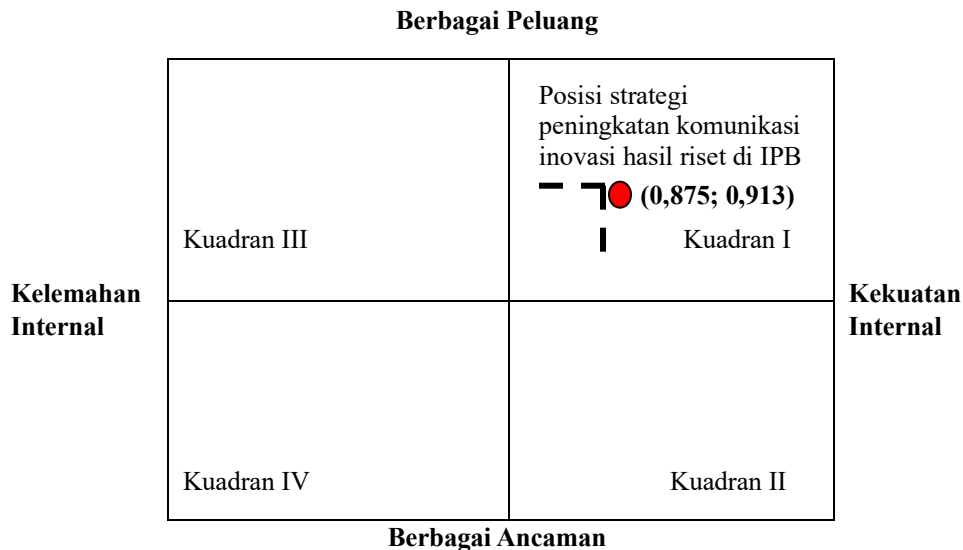
Tabel 2 Rating, bobot, skor dari faktor eksternal peluang dan ancaman

Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang (<i>Opportunity</i>)			
a. Inovasi IPB sesuai dengan kebutuhan pengguna	2	0,056	0,111
b. Hasil dari inovasi IPB akan mendatangkan keuntungan ekonomi bagi pengguna	2	0,087	0,175
c. Inovasi IPB aman untuk kesehatan dan lingkungan	2	0,143	0,286
d. Inovasi IPB sudah sesuai dengan peraturan yang ada	2	0,190	0,381
e. Inovasi IPB dapat diujicobakan dan hasilnya memuaskan/terpercaya	2	0,238	0,476
Total skor <i>opportunity</i>		0,714	1,429
Ancaman (<i>Threat</i>)			
a. Memiliki masalah/kendala saat mencoba inovasi IPB	2	0,127	0,254
b. Inovasi IPB memerlukan biaya yang mahal	2	0,103	0,206
c. Inovasi IPB kalah dengan inovasi perguruan tinggi lain	1	0,056	0,056
Total skor <i>threat</i>		0,286	0,516
Total eksternal		1	
Selisih eksternal (O-T)			0,913

Evaluasi faktor eksternal didapatkan dari beberapa peluang dan ancaman faktor yang memengaruhi upaya peningkatan hasil riset inovasi di IPB University, dinilai berdasarkan persoalan ekonomi, sosial, teknologi, pemerintah dan para pemangku kepentingan. Peluang yang diperoleh yaitu (1) inovasi IPB sesuai dengan kebutuhan pengguna (2) hasil dari inovasi akan mendatangkan keuntungan bagi pengguna (3) inovasi IPB aman untuk kesehatan dan lingkungan (4) inovasi IPB sudah sesuai dengan peraturan yang ada (5) inovasi IPB dapat dicoba dan hasilnya memuaskan/terpercaya. Faktor peluang yang memiliki skor tertinggi adalah inovasi IPB dapat dicoba dan hasilnya memuaskan/terpercaya (0,476). Hal ini berhubungan dengan kepercayaan responden terhadap IPB University sehingga inovasi-inovasi yang diberikan kepada responden dapat diujicobakan dan hasilnya dapat dipercaya.

Ancaman yang diperoleh yaitu (1) memiliki masalah/kendala saat mencoba inovasi IPB (2) inovasi IPB memerlukan biaya yang mahal (3) inovasi IPB kalah dengan inovasi perguruan tinggi lain. Faktor ancaman yang memiliki skor tertinggi adalah memiliki masalah/kendala saat mencoba inovasi IPB (0,254). Berdasarkan wawancara responden di lapangan, kendala yang dialami sulit mereka atasi karena responden merasa tidak tahu harus menghubungi kemana ketika mengalami kendala, karena diseminasi produk inovasi rata-rata dilakukan hanya satu hari. Alternatif strategi perlu dilakukan guna meningkatkan kinerja institusi lebih baik dari sebelumnya (Rusdiono et al. 2019).

Total skor yang dihasilkan dari evaluasi faktor eksternal adalah 0,913 mengindikasikan bahwa secara eksternal peluang lebih dominan dibandingkan dengan ancaman, hal ini sejalan dengan penelitian (Widakdo, 2014). Berdasarkan Tabel 2 di atas, posisi internal dan eksternal strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset IPB University berada pada kuadran I (SO) yang dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3 Diagram analisis SWOT posisi strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset pada masyarakat lingkaran kampus IPB University

Posisi yang berada pada kuadran I merupakan situasi yang menguntungkan dalam merancang strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset di IPB University dan dikenal dengan mendukung strategi agresif. Situasi yang ada ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kekuatan internal dan peluang yang ada tersebut. Kondisi agresif sering pula disebut kondisi *growth* (Annas et al. 2016). Keseluruhan strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset di IPB University terbagi atas strategi *Strengths-Opportunities* (SO), *Weaknesses-Opportunities* (WO), *Strengths-Threats* (ST) dan *Weaknesses-Threats* (WT). Berdasarkan posisi pada kuadran I, maka strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset di IPB University yang dirancang terdiri dari gabungan *Strengths-Opportunities* (SO).

3.3 Alternatif Prioritas Strategi

Alternatif strategi dihasilkan melalui tahap pencocokan pada faktor internal dan eksternal. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti 2015). Strategi pemecahan masalah dengan analisis SWOT menghasilkan empat strategi, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Analisis SWOT menjadi suatu acuan yang dapat digunakan untuk merancang suatu model pencapaian rencana strategis (Silvia et al. 2015). Menurut Astutik dan (Astutik, 2017) melalui matriks SWOT dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi. Hasil wawancara yang telah dikemukakan oleh informan terangkum dalam matriks Strength, weakness, opportunities, threats (SWOT) pada Tabel 3.

Tabel 3 Matriks analisis SWOT

	Internal	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
		- S1: Inovasi IPB sangat terpercaya - S2: Inovasi IPB sangat disukai - S3: SDM (Sumber Daya Manusia) IPB lebih baik dibandingkan yang lain - S4: Inovasi IPB unik dan menarik	- W1: Penjelasan mengenai inovasi IPB sulit dipahami - W2: Inovator/pengelola IPB kurang memfasilitasi tanya jawab - W3: Contoh produk inovasi tidak diperlihatkan secara jelas
Eksternal		SO	WO
		OPPURTUNITIES (O) - O1: Inovasi IPB sesuai dengan kebutuhan pengguna - O2: Hasil dari inovasi IPB akan mendatangkan keuntungan ekonomi bagi pengguna - O3: Inovasi IPB aman untuk kesehatan dan lingkungan - O4: Inovasi IPB sudah sesuai dengan peraturan yang ada - O5: Inovasi IPB dapat diujicobakan dan hasilnya memuaskan/terpercaya	- Memperhatikan umpan balik binaan IPB University - Mengoptimalkan sosialisasi hasil riset IPB University melalui saluran komunikasi interpersonal - Pelatihan serta monitoring dan evaluasi untuk para binaan IPB University
		ST	WT
		THREATS (T) - T1: Memiliki masalah/kendala saat mencoba inovasi IPB - T2: Inovasi IPB memerlukan biaya yang mahal - T3: Inovasi IPB kalah dengan inovasi perguruan tinggi lain	- Peningkatan program aksi untuk mensosialisasikan informasi hasil riset IPB University - Kerjasama antara pihak dinas terkait, IPB University dan binaan untuk pelatihan keterampilan binaan sesuai bidang inovasinya

Keterangan:

S: *Strenghts*, W: *Weaknesses*, O: *Oppurtunities*, T: *Threats*

Menurut (Yi et al. 2019) penggabungan faktor internal dan eksternal dilakukan dalam lingkup strategi. Tujuan akhir penelitian adalah merancang strategi peningkatan komunikasi inovasi hasil riset di IPB University. rancangan strategi yang terpilih adalah gabungan *Strenghts-Opportunities* (SO) yang terdiri dari beberapa alternatif yaitu (1) Meningkatkan fungsi saluran komunikasi untuk promosi hasil riset IPB University (2) Meningkatkan kelengkapan sarana komunikasi untuk binaan IPB University (3) Memfasilitasi buku saku dan FAQ (*Frequently Questions Asked*) untuk para binaan IPB University. Memfasilitasi promosi dengan meningkatkan fungsi saluran komunikasi untuk promosi hasil riset menjadi salah satu strategi yang direkomendasikan pada penelitian ini yang sejalan dengan penelitian (Diah et al. 2016) yang menyatakan

bahwa promosi adalah salah satu cara untuk meningkatkan kompetensi.

Rekomendasi kedua yaitu meningkatkan kelengkapan sarana komunikasi untuk binaan IPB University, dalam hal ini memberikan fasilitas kepada pihak yang terlibat untuk dapat melaksanakan bimbingan rutin dan kontak siapa saja yang bisa dihubungi ketika memiliki masalah/kendala termasuk memfasilitasi whatsapp group dan yang lainnya. Meningkatkan promosi dan meningkatkan pelayanan akan meningkatkan pula kinerja suatu institusi (Yuliningtyas, 2017).

Rekomendasi selanjutnya ialah Memfasilitasi buku saku dan FAQ (*Frequently Questions Asked*) untuk para binaan IPB University/ berdasarkan hasil wawancara kepada informan ditemukan bahwa selama ini mereka tidak mendapatkan fasilitas berupa buku saku sehingga mereka cenderung bingung ketika terjadi kendala. Rekomendasi teknis sangat diperlukan (Sokoastri et al. 2019).

Wawancara dilakukan kepada 6 (enam) orang informan perwakilan dari komponen perikanan, pertanian, peternakan, UMKM/pengolahan pangan, inovator (peneliti IPB University) dan pengelola (LPPM IPB University). IPB University telah melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk masing-masing jenis inovasi. Inovasi yang disosialisasikan untuk bidang perikanan diantaranya pembuatan maggot dan pendederan ikan nila. Keluhan dari masyarakat harga pakan ikan semakin mahal sehingga biaya produksi lebih tinggi daripada harga jual, namun kesulitan bertanya menjadi salah satu kendala bagi masyarakat. Pihak inovator dan pengelola cenderung hanya melakukan kegiatan seminar dalam sehari sehingga setelah kegiatan masyarakat merasa bingung harus bertanya kepada siapa terkait hal tersebut, diakui oleh masyarakat bahwa inovasi dari IPB University bagus dan solutif, namun ini menjadi masukan kepada pengelola terkait proses sosialisasinya agar kegiatan atau sosialisasi tersebut tuntas dan masyarakat mengadopsi inovasi sepenuhnya. Masyarakat bidang perikanan juga sangat membutuhkan inovasi-inovasi terkait penjualan ikan, di Desa Purwasari yang menjadi lokasi penelitian bidang perikanan memiliki sebagian besar masyarakat yang mata pencahariaannya sebagai petani ikan sehingga setiap musim panen, jaringan yang dimiliki petani di Desa Purwasari hanya tengkulak yang membeli ikan mereka dengan harga murah.

Inovasi bidang pertanian, IPB mensosialisasikan inovasi cara bertanam singkong, untuk bidang pertanian berlokasi di Desa Cikarawang, petani yang dilibatkan keseluruhan berusia tua sehingga mereka cenderung tidak menerima sesuatu yang baru dan menolak inovasi, selain itu kesulitan komunikasi juga menjadi kendala pada masyarakat tersebut. Petani muda hanya dilibatkan dalam program namun tidak berkelanjutan, sehingga setelah program selesai mereka kembali kepada aktivitas masing-masing dan tidak mencoba memulai ataupun melanjutkan hal-hal yang sudah dipelajari. Salah satu upaya dari IPB University untuk bidang pertanian yaitu membuat kampus merdesa. Masyarakat dilibatkan dalam kerjasama penanaman ubi yang keuntungan 80 persen untuk masyarakat dan 20 persen untuk pengelola.

Inovasi bidang UMKM/pengolahan pangan, IPB University sudah membuat wadah dan *group whatsapp*, namun menurut informan grup tersebut tidak aktif. IPB University mensosialisasikan mengenai inovasi kandungan produk, cara mengurus halal dan BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan). IPB university juga melibatkan mahasiswa yang melakukan KKN (Kuliah Kerja Nyata) dengan memberikan materi mengenai media sosial dan branding produk. Hal tersebut menjadi cara yang efektif untuk para pelaku UMKM. Informan juga menyarankan agar UMKM yang menjadi binaan IPB University dilibatkan dalam acara yang diselenggarakan oleh IPB University seperti wisuda dan lain-lain agar para binaan merasakan manfaat nyata menjadi bagian dari binaan IPB University dan turut mengembangkan UMKM. Lokasi penelitian untuk bidang inovasi UMKM/pengolahan pangan yaitu Desa Sinarsari, Babakan dan Petir.

Inovasi bidang peternakan, IPB telah melakukan sosialisasi terkait pembuatan konsentrat (pakan ternak) dan penanganan hewan sakit. Masyarakat bidang peternakan sebagian besar mempertahankan cara lama yaitu dengan memberikan rumput untuk makanan hewan ternaknya karena membuat konsentrat dianggap sulit dan berbiaya mahal. Pada saat penelitian IPB University sedang melaksanakan program kampus Desa di Desa Neglasari yang menjadi lokasi penelitian bidang peternakan, namun peneliti tidak menggali informasi lebih dalam terkait hal tersebut karena program belum selesai saat dilaksanakannya penelitian.

Inovator atau peneliti IPB University juga menjadi informan dalam penelitian ini, menurut hasil wawancara dengan inovator yang menjadi kekuatan inovasi IPB University ialah berdasarkan hasil riset yang

dapat dipertanggungjawabkan, dilakukan oleh para peneliti dan dosen yang memiliki kredibilitas, memiliki hasil penelitian yang telah teruji sehingga aman untuk digunakan, menjawab kebutuhan masyarakat pertanian sehingga bermanfaat, mudah untuk diaplikasikan, inovasi di IPB memiliki kredibilitas, yaitu dengan bukti konkrit bahwa inovasinya berfungsi dan terdapat testimoni dari user yang telah berhasil mengaplikasikannya. SDM IPB University memiliki kredibilitas yang disusun dalam 3 C: *Competence, consistency, character* dan inovasi IPB University memiliki tingkat kepraktisan. Sedangkan menurut inovator inovasi IPB University tidak memiliki kelemahan karena semua informasi tersaji dalam website resmi IPB University dan diberikan kontak langsung kepada inovator.

Peluang dari inovasi IPB University ialah berdasarkan riset kebutuhan dari permasalahan yang di temukan di masyarakat sehingga dari permasalahan itu di carikan inovasi yang dapat menyelesaikan permasalahan mereka, keuntungan ekonomi yang di dapatkan diantaranya adalah keuntungan yang relatif dari semua pengguna. misal inovasi terkait dengan sistem informasi pertanian bermanfaat untuk mempermudah petani mendapatkan harga terbaik untuk menjual hasil panen mereka kepada pembeli atau pasar, telah mempertimbangkan resiko dan juga efek samping yang diberikan dari inovasi yang akan diterapkan, termasuk diantaranya adalah masalah kesehatan yang harus di antisipasi ketika menggunakan inovasi tersebut, inovasi IPB mengacu pada aturan yang berlaku ketika lakukan riset sehingga hasilnya tidak melanggar aturan selain itu ada mekanisme untuk melihat apakah inovasi itu layak atau tidak sehingga tidak ada aturan yang dilanggar, inovasi IPB biasanya diuji cobakan terlebih dahulu di kalangan terbatas dari peneliti, untuk inovasi sosial biasanya di uji cobakan pada komunitas terbatas terlebih dahulu yang telah sepakat untuk bekerjasama dengan IPB untuk melaksanakan inovasi. Ancaman inovasi IPB University dari sisi inovator adalah permasalahan infrastruktur dan biaya yang dibutuhkan untuk inovasi.

Wawancara selanjutnya dilakukan kepada pihak pengelola dalam hal ini LPPM IPB University, menurut hasil wawancara disampaikan bahwa kekuatan yang dimiliki inovasi IPB University ialah Inovasi IPB diciptakan dari riset mendalam dan melalui metoda teruji, inovasi terbaru, unik dan sesuai kebutuhan, IPB memiliki kapasitas pembinaan SDM yang sudah terarah, Inovasi IPB yang membuat menarik adalah ramah lingkungan, berbasis alam, dan menyelesaikan masalah pangan. Kelemahan dari inovasi IPB University ialah Beberapa bahasa ilmiah yang kurang dipahami masyarakat sedangkan fasilitas tanya jawab diberikan dengan mendatangkan langsung pakar-pakar ke masyarakat, untuk cara memperlihatkan produknya ialah dengan turun langsung ke masyarakat, sosialisasi dan melalui media massa. Peluang dari inovasi IPB University ialah Inovasi IPB diciptakan berdasarkan masalah yang dihadapi seperti masalah pangan, energi, lingkungan, dan sosial. Bertambahnya nilai ekonomi suatu produk, sehingga meningkatkan ekonomi masyarakat, Aman untuk Kesehatan dan lingkungan karna produk inovasi IPB berasal dari alam yang ramah lingkungan dan aman, inovasi IPB mengikuti kaidah-kaidah ilmiah teruji dan mengikuti prosedur atau aturan yang berlaku (haki/paten). Contoh inovasi yang diujicobakan dan dapat dilihat hasilnya ialah padi IPB 3 S. Kendala teknis dilapang, lingkungan, human error, biaya, dan waktu yang kurang, biaya yang mahal lima puluh juta hingga seratus juta untuk satu inovasi dan jumlah SDM yang masih kurang menjadi ancaman menurut informan dari pihak pengelola.

4. Kesimpulan

Posisi strategi pada penelitian ini ialah strategi agresif sehingga jika dihubungkan dengan ilmu komunikasi perlu ditingkatkan dalam hal media promosi dan diseminasi. Melihat kenyataan di lapangan terkait cara diseminasi informasi yang dilakukan oleh IPB University, penulis menyarankan untuk membuat wadah bagi para binaan IPB dan masyarakat sekitar serta melakukan bimbingan rutin, monitoring dan evaluasi terhadap masyarakat tersebut. Penulis juga menyarankan dibuatkan link khusus terkait bimbingan untuk binaan dan masyarakat serta membuatkan buku saku FAQ (Frequently Asked Questions) sesuai inovasi yang diberikan. Lebih ditingkatkan untuk promosi-promosi mengenai produk inovasi IPB kepada masyarakat. Penelitian lanjutan bisa dilakukan kepada perusahaan yang menggunakan inovasi komersial IPB, yang mungkin saja terdapat perbedaan penilaian terhadap adopsi inovasi hasil riset di IPB University.

Bibliografi

- Annas, E., Hubeis, M., & Raharja, S. (2016). Kepuasan nasabah dan strategi pengembangan usaha BNI Kantor Cabang Utama Harmoni Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(2), 89. <https://doi.org/10.29244/jmo.v5i2.12137>
- Astutik, Y., & Najib, M. (2017). Analisis strategi pemasaran ekowisata Green Hill Park Taman Wisata Alam Cimanggu Kabupaten Bandung – Jawa Barat. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 7(2), 124. <https://doi.org/10.29244/jmo.v7i2.16676>
- Azmadahadid, M., Baga, M., & Djohar, S. (2019). Formulasi strategi perbaikan kinerja perusahaan properti pasca akuisisi (Studi kasus: PT XYZ). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 10(1), 1–12.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2018). *Kecamatan Dramaga dalam angka 2018*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Diah, D. I. S., Amanah, S., & Tjitropranoto, P. (2016). Kompetensi pemilik dan pekerja usaha mikro makanan ringan tentang mutu produk di Cilegon dan Pandeglang, Provinsi Banten. *Jurnal Penyuluhan*, 12(2), 168. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v12i2.10905>
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing (Studi pada PT Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah (JPS)*, 1(1).
- Mefalopulos, P. (2008). *Development communication sourcebook: Broadening the boundaries of communication*. Washington, DC: World Bank.
- Muljono, P., Asngari, P., Saleh, A., & Narso, N. (2015). The strategy of role development of agriculture extension agent in Banten. *Jurnal Penyuluhan*, 8(2).
- Pemerintah Kabupaten Bogor. (2023, Januari 23). *Profil Kecamatan Dramaga*. <https://bogorkab.go.id>
- Rangkuti, F. (2015). *Teknik membedah kasus bisnis analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Rusdiono, A. S., Asmara, A., & Kirbrandoko. (2019). Analysis of business development strategies of TP TAF (Toyota Astra Financial Services). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*.
- Servaes, J. (2008). *Communication for development and social change*. London: SAGE Publications.
- Sokoastri, V., Setiadi, D., Hakim, A., Mawardhi, A., & Fadli, M. (2019). Perkebunan petani kelapa sawit rakyat: Permasalahan dan solusi. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 7(3), 182–194.
- Sutrisno, A., Basith, A., & Wijaya, N. H. (2016). Analisis strategi penerapan sistem manajemen keamanan pangan HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) di PT. Sierad Produce Tbk. Parung. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 4(2), 73. <https://doi.org/10.29244/jmo.v4i2.12616>
- Widakdo, D. S. W. P. J. (2014). Strategy to increase performance of agricultural instructor of agribusiness development in Banyuwangi. *Jurnal Penyuluhan*, 10(2), 98–104.
- Yi, F. J., Munandar, J. M., & Irwanto, A. K. (2019). Analisis daya saing dan strategi ekspor singkong olahan Indonesia ke China. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 9(2), 91–101. <https://doi.org/10.29244/jmo.v9i2.26093>
- Yuliningtyas, P., & Purwanto, B. (2017). Strategi peningkatan penyaluran kredit berdasarkan analisis kinerja keuangan dan faktor eksternal BPR di Kabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 7(2), 154. <https://doi.org/10.29244/jmo.v7i2.16678>