

MODEL DISEMINASI ERA MILENIAL

Oleh : Syamsul Bahraen

Materi inovasi hasil penelitian dan pengkajian di BPTP NTB sangat banyak, namun belum semua disebarluaskan melalui media elektronik atau media sosial. Untuk itu diperlukan kreativitas dari setiap peneliti dan penyuluh untuk menyiapkan materi inovasi dari masing-masing komoditas (komoditas tanaman pangan, hortikultura, perkebunan dan peternakan), tentu saja materi inovasi yang mudah dipahami dan diaplikasikan oleh pengguna terutama petani milenial. Pelaksanaan diseminasi inovasi teknologi diperlukan strategi dan persiapan yang matang mulai dari penyediaan media informasi inovasi, materi inovasi, jaringan informasi inovasi, dan jaringan kerjasama diseminasi inovasi yang lebih luas. *Pertama*, menyediakan media informasi elektronik yang digunakan dalam penyebarluasan informasi inovasi teknologi, seperti website, email, facebook, twitter, whatsapp, youtube. *Kedua*, menyediakan materi inovasi teknologi komoditas dan inovasi lainnya yang lebih praktis, mudah dibaca dan dipahami serta dapat diaplikasikan oleh pengguna. *Ketiga*, membangun jaringan informasi inovasi dengan stakeholder (dinas teknis propinsi dan kabupaten) melalui jaringan kerjasama website. *Keempat*, membangun jaringan kerjasama dengan stakeholder (Dinas instansi terkait, pengusaha, kontak tani, penangkar, gapoktan/poktan) dalam pelaksanaan diseminasi inovasi teknologi dalam bentuk laboratorium lapang, perbanyak denfarm, demplot, demarea agar petani yang tidak mampu mengakses informasi inovasi melalui media elektronik dapat melihat dan mengalami secara langsung.

Model Diseminasi

Model diseminasi inovasi berbasis TI (Teknologi Informasi) dengan memanfaatkan penyuluh dan kelembagaan lokal merupakan model ideal dengan beberapa penyempurnaan peran dari masing-masing pelaku diseminasi sesuai dengan lingkungan strategis. Strategi implementasi sistem diseminasi inovasi pertanian berbasis TI dapat dilaksanakan dengan mengoptimalkan kelembagaan formal (penyuluh) bersinergi dengan kelembagaan lokal serta didukung dengan revitalisasi kelembagaan informal di tingkat lokal.

Peran Generasi Milenial dalam Diseminasi

Di "Zaman Now" peran generasi millennial sangatlah diharapkan, untuk menjadi agen perubahan (*agent of change*). Mengingat ide idenya yang selalu segar, pemikirannya yang kreatif dan inovatif yang diyakini akan mampu mendorong terjadinya transformasi dunia ini ke arah yang lebih baik lagi, melalui perubahan dan pengembangan.

Generasi milenial ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan, seperti : email, SMS, media sosial (facebook, twetter dll). Atau dengan kata lain bahwa generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming. Mereka sangat mahir dalam teknologi dan infrastruktur yang ada serta memiliki banyak peluang untuk bisa berada jauh di depan, dibandingkan generasi sebelumnya. Selain itu, mampu dan berusaha menjadi bijak terutama dalam menggunakan media sosial. Menurut Data BPS (Biro Pusat Statistik) tahun 2018 mencatat, bahwa populasi generasi milenial adalah sekitar 90 juta orang. Kajian menyebut, rata-rata fokus perhatian dari generasi milenial hanya sekitar 12 detik. Bahkan untuk generasi Z (pasca milenial) bisa hanya sekitar 8 detik. Generasi muda merupakan bagian dari perubahan sosial dari generasi ke generasi. Hal ini rasanya tidak akan berubah sampai kapanpun, jika melihat karakter psikologis pemuda yang notabene sedang memasuki masa aktif, reaktif, kreatif, dan kritis dalam masa perkembangan sosial manusia. Tentu sudah menjadi sebuah keniscayaan untuk menyematkan label agen perubahan (*agent of change*) di pundak generasi muda.

Dunia saat ini sudah *move on* memasuki *era millennials*. Era ini digambarkan sebagai periode waktu di mana teknologi berkembang dengan pesat dan menjadi sebuah gaya hidup bagi generasi di dalamnya. Generasi *millennials* menjadi sebutan bagi orang yang lahir sekitar tahun 1980 hingga 1999. Artinya, masyarakat yang kini berusia 18-35 tahun diklasifikasikan sebagai kaum *millennials*.

Perbedaan yang menjadi ciri khas kaum milenial dengan generasi sebelumnya diantaranya bahwa perkembangan teknologi sekarang ini telah menjadikan para milenial masuk ke dalam dunia digital. Inilah salah satu letak perubahan tantangan generasi muda "zaman

now” sebutan bagi kaum *millennial* untuk menggambarkan masa kini. Setidaknya ada tiga peran pemuda di *era millennials*, yaitu sebagai *agent of change*, *innovator*, dan *promoter* bangsa. (Tirta Purnama Aji, 2019)

PENUTUP

Diseminasi adalah proses interaktif mengkomunikasikan pengetahuan kepada khalayak target, sehingga dapat digunakan untuk melakukan perubahan. Diseminasi bertujuan untuk mempercepat penerimaan suatu pesan yang mudah dipahami oleh pengguna (pengguna antara dan pengguna akhir) tentang suatu informasi baru.

Spektrum Diseminasi Multi Channel (SDMC) adalah model diseminasi inovasi pertanian yang dapat mempercepat penyampaian informasi dan inovasi yang dihasilkan oleh Badan Litbang Pertanian kepada pengguna. Penyampaian informasi dan inovasi dilakukan dengan melibatkan pemangku kepentingan (stakeholders) yang terkait dan memanfaatkan berbagai media komunikasi. Model diseminasi inovasi berbasis TI dengan memanfaatkan penyuluh dan kelembagaan lokal merupakan model ideal dengan beberapa penyempurnaan peran dari masing-masing pelaku diseminasi sesuai dengan lingkungan strategis.

Peran generasi millennial sangatlah diharapkan, untuk menjadi agen perubahan (*agent of change*). Mengingat ide idenya yang selalu segar, pemikirannya yang kreatif dan inovatif yang diyakini akan mampu mendorong terjadinya transformasi dunia ini ke arah yang lebih baik lagi, melalui perubahan dan pengembangan.