

**ANALISIS PEMETAAN PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP ATRIBUT VIDEO  
PENYULUHAN KOMODITAS CABAI  
DI DESA BULUH RAMPAI KECAMATAN SEBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI  
HULU**

***THE RESPONDENTS ASSESSMENT MAPPING ANALYSIS OF THE EXTENSION  
VIDEO ATTRIBUTES CHILI COMMODITIES  
IN BULUH RAMPAI VILLAGE SEBERIDA DISTRICT INDRAGIRI HULU REGENCY***

**Fitrisya Indriana<sup>1\*</sup>, Fajar Restuhadi<sup>2</sup>, Deby Kurnia<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

<sup>2</sup> Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

\*Penulis korespondensi: fitrisya.indriana@student.unri.ac.id

**ABSTRACT**

*This research aims to identify the level of farmers 'interest in 8 types of chili commodity extension videos, as well as identifying and analyzing attributes that affect the appeal of extension videos. The selection of research site was done intentionally with the consideration of the place has an active farmer group in the village of Buluh Rampai. The samples in this research consisted of an expert of 12 panelists used for attribute assessment and 100 novice and advanced farmer panelists for a favorite level of video assessment. The research was conducted on a social experiment with eight videos, namely about the cultivation of chili plants. Sensory analysis is hedonic testing and descriptive testing. Cluster analysis Results (AHC) of the hedonic test and Principal Component Analysis (PCA) Analysis of the later descriptive tests were analyzed using the preference mapping technique. The best video of this research is the number of 8 video with the favorite rate of respondents 86% and has characteristics of story, transition, audio, narrative, sound effect, backsound, movie, visual, color and duration.*

**Keywords:** *Favorite, Extension video, Atributes video, Preference mapping*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kesukaan petani terhadap 8 jenis video penyuluhan komoditas cabai, serta mengidentifikasi dan menganalisis atribut yang mempengaruhi daya tarik video penyuluhan. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan dasar pertimbangan tempat tersebut memiliki kelompok tani yang aktif di Desa Buluh Rampai. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari expert yang berjumlah 12 panelis yang digunakan untuk penilaian atribut dan 100 panelis petani pemula dan lanjutan untuk penilaian tingkat kesukaan terhadap video. Penelitian ini dilakukan secara eksperimen sosial dengan delapan video, yaitu tentang budidaya tanaman cabai. Analisis sensori yang dilakukan adalah uji hedonik dan uji deskriptif. Hasil analisis cluster (AHC) dari uji hedonik dan analisis Principal Component Analysis (PCA) dari uji deskriptif selanjutnya dianalisis dengan menggunakan

teknik preference mapping. Video terbaik dari penelitian ini adalah video nomor 8 dengan tingkat kesukaan responden sebesar 86% dan memiliki karakteristik kisah cerita, transisi, audio, narasi, sound effect, backsound, movie, visual, warna dan durasi.

**Kata kunci: Kesukaan, Video penyuluhan, Atribut video, Preference mapping**

## PENDAHULUAN

Penyuluh pertanian berperan menyampaikan informasi kepada petani, dan informasi tersebut dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan media seperti: media audio, media audiovisual, media berupa obyek fisik atau benda nyata. Secara umum dapat dikatakan bahwa media audiovisual (video) yang di gunakan penyuluhan petani merupakan suatu perantara yang digunakan dalam proses belajar penyuluhan pertanian di kelompoktani untuk memperjelas informasi yang disampaikan sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan kemampuan para petani yang ada di suatu kelompoktani, khususnya petani di Desa Bulu Rampai, Kecamatan Seberida.

Berlandas pada konsep Vernom, bahwa pembelajaran dengan menggunakan teknologi audiovisual (video) akan meningkatkan kemampuan belajar sebesar 50%, daripada tanpa menggunakan media. Namun, tidak banyak yang menyukai dan memahami media video tersebut disebabkan oleh faktor-faktor tertentu. Oleh karena itu, muncul hal menarik untuk diteliti lebih lanjut tentang bagaimana penilaian petani dan *expert* terhadap sebuah video, apakah terdapat faktor-faktor seperti atribut yang ada dalam video yang menjadi sebab akibat untuk digunakan sebagai acuan penyuluh dalam upaya pengembangan video ke arah yang lebih disukai oleh petani.

Penilaian petani terhadap suatu video ditentukan oleh sikap petani terhadap atribut terpilih yang terdapat dalam video. Hal ini juga berlaku pada video penyuluhan, petani akan memperhatikan atribut dari video penyuluhan tersebut. Petani hanya akan menyukai yang karakteristik videonya baik dan memenuhi standar dalam artian mudah dipahami. Pengujian dapat digunakan untuk menilai adanya perubahan yang dikehendaki atau tidak dikehendaki responden dalam produk (Wagiyono, 2003). Oleh karena itu, analisis pemetaan kesukaan responden dibutuhkan sebagai tindak lanjut dalam membantu kita untuk mengetahui sejauh mana tingkat penerimaan suatu video oleh petani serta mengetahui karakteristik atribut video yang sesuai dengan harapan petani.

Pemetaan kesukaan merupakan sebuah teknik penilaian yang digunakan secara luas untuk membantu peneliti memahami atribut video ke arah yang disukai responden (petani dan *expert*). Metode ini dapat digunakan oleh bidang pemasaran di suatu perusahaan maupun di bidang penelitian dan pengembangan. Analisis ini memerlukan dua jenis data yaitu data deskriptif dari pengamatan atribut video dan data kesukaan responden (Yenket 2011), Keduanya akan saling berhubungan dalam menjelaskan karakteristik video yang di harapkan responden.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi tingkat kesukaan petani terhadap 8 (delapan) jenis video penyuluhan komoditas cabai, mengidentifikasi dan menganalisis atribut yang mempengaruhi daya tarik video penyuluhan.

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu dan Universitas Riau dengan mengambil responden petani cabai dan expert di bidang multimedia, penyuluhan dan komunikasi. Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan dimulai dari bulan Oktober 2018 sampai dengan bulan April 2019.

### Bahan dan Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen sosial yang terdiri dari 8 (delapan) video penyuluhan tentang budidaya cabai yang berdurasi rata-rata 5 sampai 9 menit dan diambil dari *youtube*. Hal ini bertujuan agar video yang berdurasi pendek tersebut dapat memberikan materi secara ringkas dan jelas tanpa memberikan bias dalam penilaian. Adapun video dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Video 1 :“Budidaya Cabai Rawit”, dengan durasi 9 menit 21 detik (<https://www.youtube.com/watch?v=RTjNlnCAW70>)
- 2) Video 2 :“Budidaya Cabai Hias IPB dalam Pot”, dengan durasi 4 menit 35 detik (<https://www.youtube.com/watch?v=bRUKejSyBBo>)
- 3) Video 3 :“Budidaya Cabai Melimpah”, dengan durasi 3 menit 43 detik (<https://www.youtube.com/watch?v=jRjKn9DvGMw>)
- 4) Video 4 :“Budidaya Cabai yang Baik dan Benar”, dengan durasi 6 menit 18 detik (<https://www.youtube.com/watch?v=t6QXF-XlpNY>)
- 5) Video 5 :“Budidaya Cabai yang Mudah dan Cepat”, dengan durasi 4 menit 20 detik (<https://www.youtube.com/watch?v=oIZzIv2xRVU>)
- 6) Video 6 :“Pedoman Teknis Budidaya Tanaman Cabai”, dengan durasi 7 . . 17 detik (<https://www.youtube.com/watch?v=r7VfAR2VTis>)
- 7) Video7 :“Pemeliharaan Tanaman Cabai”, dengan durasi 4 menit 4 detik (<https://www.youtube.com/watch?v=G0om1mqh4sM>)
- 8) Video 8 :“Sukses Tanam Cabai 20 Ton/Ha”, dengan durasi 7 menit 2 detik (<https://www.youtube.com/watch?v=eLsRaf68IbY>)

Teknik pengambilan sampel penelitian dengan cara *purposive sampling* untuk para *expert* dan penentuan sampel petani menggunakan *simple random sampling*.

Sampel responden dalam penelitian ini yaitu *expert* atau pakar penyuluhan, ahli multimedia, dan ahli informatika berjumlah 12 sampel yang digunakan untuk penilaian atribut video, sedangkan sampel untuk penilaian tingkat kesukaan terhadap video yaitu berjumlah 100 petani yang diambil secara acak dari masing-masing kelompoktani yang berjumlah 13 kelompok, dengan 5 kelompok pemula dan 8 kelompok lanjutan. Sasaran responden yang akan diteliti adalah petani yang ada di Desa Buluh Rampai.

### **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder, baik bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) sebagai alat bantu yang telah disusun sesuai dengan tujuan. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan data instansi.

### **Analisis Data**

Menganalisis atribut yang mempengaruhi daya tarik video penyuluhan, dapat menggunakan suatu metode yang menggambarkan karakteristik sensori suatu produk secara sistematis ditabulasikan dalam bentuk Tabel dan dianalisis dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis* (PCA) menggunakan *software XLSTAT* versi 2014.

Data hasil uji hedonik ditabulasikan dalam bentuk tabel, kemudian dianalisis dengan metode *Agglomerative Hierarchical Clustering* (AHC) menggunakan *software XLSTAT* versi 2014. Hasil AHC dari uji hedonik dan hasil PCA dari uji deskriptif selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik *preference mapping*. *Preference mapping* ditujukan untuk melihat penilaian yang menonjol pada video penyuluhan dilihat dari hubungan data kesukaan responden dengan karakteristik atribut (deskriptif) suatu video yang dinilai oleh petani yang disuluh.

Metode PCA merupakan salah satu teknik statistik multivariat yang dapat menemukan karakteristik data yang tersembunyi. Hasil analisis PCA dipaparkan dengan *cluster analisis*. *Cluster analisis* merupakan suatu analisis statistika yang bertujuan untuk mengelompokkan data sedemikian hingga data yang berada dalam kelompok yang sama mempunyai sifat yang relatif homogen daripada data yang berada dalam kelompok yang berbeda. Fungsi *mapping* pada data yang dianalisis oleh XL-STAT adalah untuk memudahkan membaca serta mengetahui penilaian responden yang paling dominan pada tiap-tiap atribut video penyuluhan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penyuluhan di Desa Buluh Rampai**

Media penyuluhan merupakan saluran yang penting guna tercapainya suatu tujuan dalam komunikasi pertanian, dimana media dapat menghubungkan penyuluh dengan materi penyuluhannya kepada petani yang memerlukannya. Setiap media mempunyai karakteristik yang berbeda. Media yang paling efektif di kondisi tertentu, belum tentu efektif dikondisi yang lain. Masing-masing golongan media mempunyai keunggulan dan kelemahan serta karakteristik yang berbeda.

Empat media penyuluhan berikut ini yang ada di Desa Buluh Rampai, Kecamatan Seberida: Video, *slide powerpoint*, brosur dan Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL). Proses penyuluhan yang dilaksanakan di lokasi kajian dengan frekuensi pertemuan sebanyak 2 kali dalam sebulan yang dilakukan sesuai dengan permintaan petani yang bertempat di rumah ketua kelompoktani dengan materi penyuluhan yang disampaikan sesuai permintaan kelompok seperti penjelasan cara budidaya tanaman cabai yang baik dan benar, dan lain-lain.

### **Proses Ekperimen di Lapangan**

Penelitian ekperimental dilakukan dengan melibatkan dua kelompok responden yang terdiri dari responden petani cabai yang berada di Desa Buluh Rampai dan responden *expert* di Universitas Riau.

Proses eksperimen petani dimulai dengan menemui tenaga penyuluh yang bertugas di Desa Buluh Rampai untuk meminta data kelompok tani. Selanjutnya bersama penyuluh menemui ketua kelompok tani untuk mengatur hari pertemuan bersama anggota kelompok lainnya. Setiap ketua kelompok tani menghubungi penyuluh untuk menyepakati hari pertemuan setelah satu minggu. Penulis dan penyuluh dapat menemui dua kelompok tani yang berjumlah 10-15 orang setiap kelompoknya dihari yang berbeda selama kurang lebih satu bulan. Kata pembuka penyuluhan dimulai oleh penyuluh, selanjutnya penyuluh mempersilahkan kepada penulis untuk menyampaikan maksud dan tujuan kepada petani. Selanjutnya, penulis menyebarkan kuesioner kepada petani dan menjelaskan teknik penayangan video dan cara pengisian kuesioner. Adapun teknis penayangan dan penilaian yaitu petani menonton satu video kemudian menilai sesuai tingkat kesukaannya yang disertai alasan terhadap penilaiannya tersebut. Ketika petani mulai bosan dalam menonton, penulis mempersilahkan untuk mencicipi hidangan yang telah disiapkan, kemudian penayangan dan penilaian dilanjutkan kembali hingga video terakhir.

Proses eksperimen *expert* berbeda dengan petani. Pertemuan dilakukan secara personal, yaitu dengan menghubungi *expert* dan menyepakati hari pertemuan. Kemudian, penulis bertemu dengan *expert* lalu memberikan kuesioner dan menjelaskan teknis penilaian atribut dan penayangan video. Berbeda halnya dengan petani yang hanya memberikan penilaian kesukaan terhadap video dengan skala 1-7, sedangkan *expert* memberikan penilaian terhadap 16 atribut yang terdapat didalam video. Dalam memberikan penilaian kebanyakan dari *expert* meminta untuk menonton video dirumah masing-masing agar lebih fokus dalam memberikan nilai.

### **Uji Hedonik Menggunakan *Agglomerative Hierarchical Clustering* (AHC)**

Data hedonik diolah dengan menggunakan *Agglomerative Hierarchical Clustering* (AHC) untuk melihat pengelompokan data sedemikian rupa sehingga data yang berada dalam kelompok yang sama memiliki sifat yang relatif homogen daripada data yang berada dalam kelompok yang berbeda. Berdasarkan hasil analisis uji hedonik dapat diketahui bahwa terbentuk tujuh kelompok panelis (C1-C7) yang memberikan penilaian berbeda-beda sesuai dengan apa yang dilihat terhadap masing-masing sampel video penyuluhan.

Rata-rata hasil penilaian hedonik video penyuluhan secara keseluruhan oleh panelis berdasarkan pengelompokan masing-masing kelas dapat dilihat pada Tabel 1.

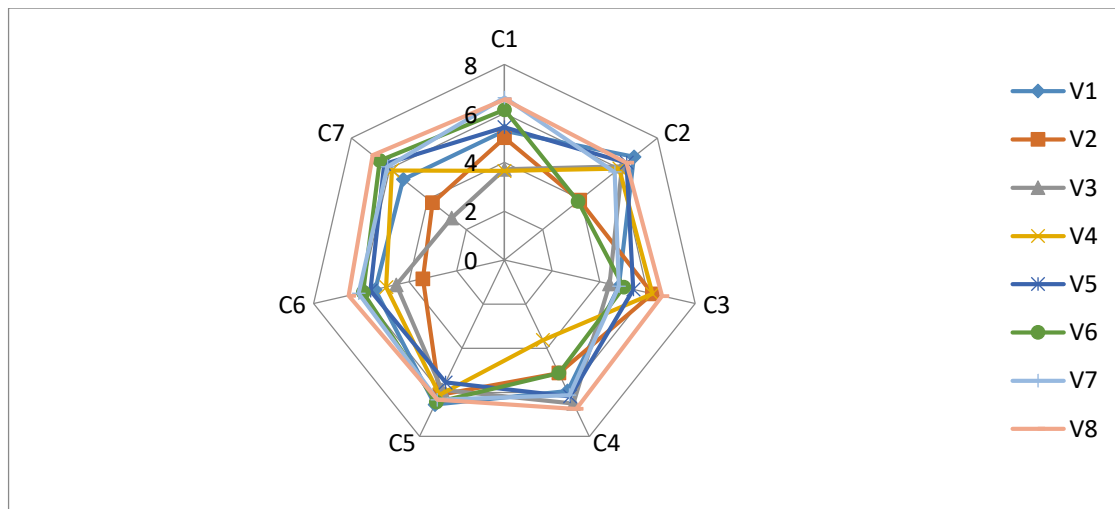
Tabel 1. Rata-rata penilaian panelis uji hedonik secara keseluruhan berdasarkan pengelompokan masing-masing kelas menggunakan AHC

Cluster	Jumlah panelis	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8
C1	14	5.29	5.00	3.71	3.64	5.43	6.14	6.64	6.57
C2	13	6.77	3.92	6.15	6.00	6.38	3.85	5.77	6.38
C3	5	4.80	6.20	4.40	6.20	5.40	5.00	4.80	6.60
C4	16	5.94	5.13	6.50	3.63	6.19	5.13	6.13	6.75
C5	9	6.56	6.11	5.89	6.11	5.56	6.44	6.33	6.33
C6	26	5.42	3.42	4.54	4.96	5.62	5.92	6.12	6.54
C7	17	5.29	3.76	2.76	5.88	6.29	6.53	6.12	6.88
<b>Rata-rata</b>	<b>100</b>	<b>5.72</b>	<b>4.79</b>	<b>4.85</b>	<b>5.20</b>	<b>5.84</b>	<b>5.57</b>	<b>5.99</b>	<b>6.58</b>

Keterangan: Skor uji hedonik: 7= sangat suka; 6= suka; 5= agak suka; 4= netral; 3= agak tidak suka; 2= tidak suka; 1=sangat tidak suka

Tabel 1 menunjukkan bahwa V8 menghasilkan rata-rata penilaian uji hedonik secara keseluruhan yang tertinggi, yaitu sebesar 6,58 (sangat suka). Video yang memiliki penilaian tertinggi kedua setelah V8 tersebut adalah V7 sebesar 5,99 (suka). Selanjutnya diikuti oleh V5 sebesar 5,84 (suka), V1 sebesar 5,72 (suka), V6 sebesar 5,57 (suka), dan penilaian yang terendah adalah pada V4 sebesar 5,20 (agak suka), V3 dan V2 hanya sebesar 4,85 dan 4,79 (agak suka).

Kesukaan masing-masing kelompok panelis dapat digambarkan dengan grafik *spider web* pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik *spider web* rata-rata penilaian kesukaan panelis berdasarkan pengelompokan masing-masing cluster

Grafik *spider web* dapat menjelaskan bahwa masing-masing kelompok panelis memiliki tingkat kesukaan yang berbeda-beda terhadap masing-masing video penyuluhan. Dapat dilihat dari warna garis pada jaring laba-laba bahwa warna terluar menunjukkan video yang memiliki nilai lebih tinggi dan paling disukai oleh masing-masing cluster.

Penilaian yang diberikan petani terhadap kesukaan terhadap video memperlihatkan pada Cluster 1, Cluster 3, Cluster 4, Cluster 6 dan Cluster 7 terdapat garis terluar dengan warna merah jambu yang berarti video 8 menjadi video yang paling disukai. Sedangkan pada cluster 2, garis terluar berwarna biru menunjukkan video 1 yang paling disukai panelis pada cluster

tersebut. Dan pada *cluster* 5 warna terluar yaitu garis berwarna oren yang menunjukkan video 6 yang paling disukai oleh panelis.

Video 8 menjadi video yang paling disukai karena dari *cluster* 1-7 terdapat 5 *cluster* yang menyukainya, selain itu video 8 lebih mudah dipahami oleh responden serta memiliki aspek video yang menjadi keunggulan yaitu latar belakang dan durasi. Tingkatan kesukaan yang telah dikemukakan oleh panelis petani selanjutnya dapat didukung dengan uji deskriptif yang dilakukan oleh panelis *expert* sesuai dengan gambar 3.

### Uji Deskriptif Menggunakan *Principal Component Analysis*

Hasil penilaian oleh panelis deskriptif terhadap masing-masing atribut kisah cerita, transisi, audio, narasi, *sound effect*, *backsound*, *video effect*, dialog, media bergerak, animasi, *movie*, visual, *layout design*, tipografi, warna dan durasi selanjutnya dianalisis secara statistik dengan metode PCA menggunakan *software* XLSTAT versi 2014 untuk melihat hubungan antar komponen utama berdasarkan penilaian masing-masing komponen atribut yang diberikan oleh para panelis.

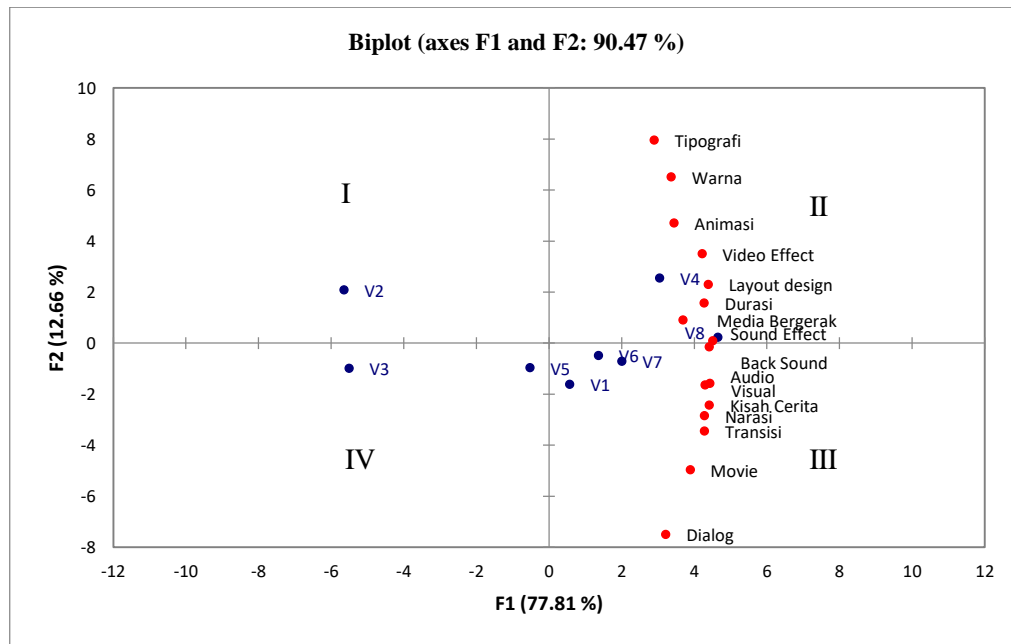
Analisis komponen utama dilakukan untuk mengetahui ciri atau karakter yang membedakan setiap video secara lebih spesifik, dimana dengan analisis *cluster* hanya mengetahui pengelompokan berdasarkan kehomogenan data, tetapi tidak mampu mengetahui dengan pasti karakter yang membedakan pengelompokan tersebut. Setyaningsih *et al.* (2010) menyatakan bahwa PCA akan menghasilkan *loading* atau bobot kriteria penyusun komponen utama (*Principal Component*). *Loading* selanjutnya dirotasi menjadi solusi akhir. Analisis PCA menggunakan *software* XLSTAT menghasilkan data *eigenvalue* dan data korelasi serta grafik *scree plot*, *score plot*, *loading plot*, dan *biplot*. Hasil *eigenvalues* analisis PCA terhadap video penyuluhan komoditas cabai disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil *eigenvalues* *Principal Component Analysis*

	F1	F2	F3	F4
Eigenvalue	12.4503	2.0250	0.9064	0.3116
Variability (%)	77.8143	12.6560	5.6651	1.9474
Cumulative %	77.8143	90.4704	96.1355	98.0829

Tabel 2 memperlihatkan 4 komponen utama yang memiliki nilai *Eigenvalue* terbesar, nilai *eigenvalue* yang dipilih adalah yang memiliki nilai  $\geq 1$ . Setyaningsih *et al.* (2010) menyatakan bahwa komponen utama adalah suatu indeks yang menunjukkan ragam individu yang paling maksimum. Komponen utama 1 (penuturan, teknik visualisasi dan transisi) merupakan komponen utama yang mempunyai variasi terbesar dari variasi total individu. Komponen utama terbesar kedua disebut komponen utama 2 (latar belakang dan durasi). Proses pencarian komponen utama akan terus berlanjut hingga komponen utama terakhir, dimana variasi individu yang dijelaskan akan semakin kecil. Setiap komponen utama yang dihasilkan pada penelitian ini terdiri atas 16 komponen atribut video yang dianalisis, yaitu kisah cerita, transisi, audio, narasi, *sound effect*, *backsound*, *video effect*, dialog, media bergerak, animasi, *movie*, visual, *layout design*, tipografi, warna dan durasi.

Grafik *scatter plot* atau disebut juga grafik *biplot* digunakan untuk mengetahui hubungan antara sampel video penyuluhan komoditas cabai dan komponen atribut video. Grafik *biplot* yang dihasilkan berdasarkan analisis PCA dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Grafik *biplot* antara komponen utama F1 dan F2

Hasil interpretasi dari grafik *biplot* berdasarkan analisis PCA pada Gambar 2 adalah bahwa kuadran I berkorelasi negatif dengan sumbu F1 (penuturan, teknik visualisasi dan transisi), namun berkorelasi positif dengan sumbu F2 (latar belakang dan durasi). Sedangkan pada kuadran II memiliki korelasi positif diantara kedua sumbu F1 dan F2. Kuadran III memiliki korelasi positif terhadap sumbu F1 dan berkorelasi negatif terhadap sumbu F2. Selanjutnya pada kuadran IV kedua sumbu F1 dan F2 memiliki korelasi negatif.

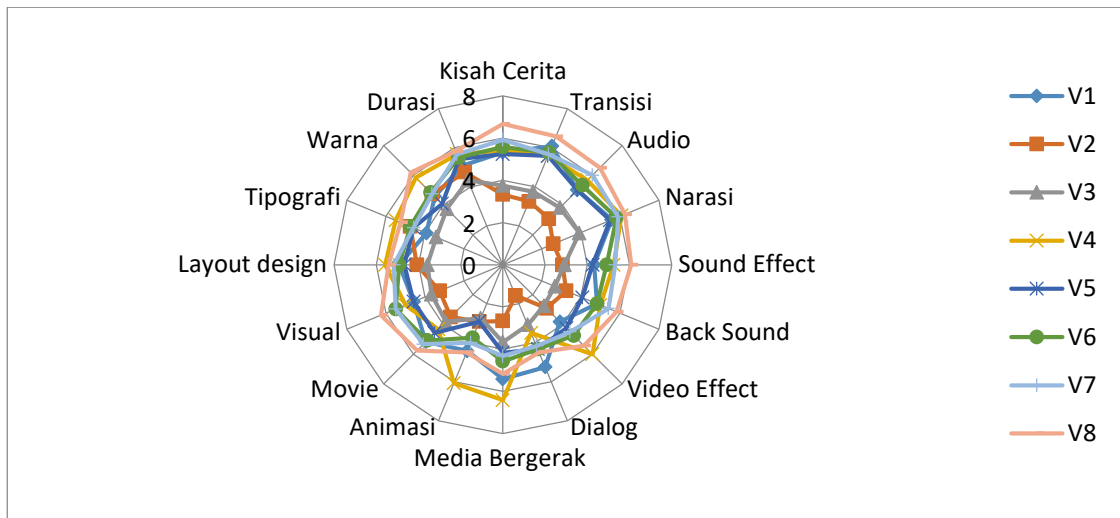
Spesifik atribut tipografi, warna, animasi, *video effect*, *layout design*, durasi, media, dan *sound effect* berada pada kuadran yang sama (kuadran II) sehingga memiliki hubungan yang dekat antara atribut satu sama lainnya. *Background*, audio, visual, kisah cerita, narasi, transisi, *movie* dan dialog berhubungan dekat karena berada di kuadran yang sama (kuadran III).

Esbensen *et al.* (1994) menyatakan bahwa sampel yang berada dalam satu kuadran adalah sama antara satu dengan yang lain dan berbeda dengan sampel yang terdapat pada kuadran yang lain. Artinya sampel video yang berada pada posisi berdekatan memiliki karakteristik yang sama. Hasil PCA menunjukkan bahwa pada V4 dan V8 berada pada kuadran yang sama (kuadran II) sehingga dapat dikelompokkan dengan deskripsi karakteristik khas yang sama, yaitu pada atribut tipografi, warna, animasi, *video effect*, *layout design*, durasi, media bergerak, dan *sound effect*. V1, V6 dan V7 berada pada posisi yang berdekatan yaitu di kuadran III, sehingga dapat dikelompokkan data deskripsi yang sama yaitu *Background*, audio, visual, kisah cerita, narasi, transisi, *movie* dan dialog.

V2 dan V3 berada pada posisi yang sangat jauh dari seluruh atribut yang berarti bahwa kedua video tersebut memiliki intensitas sensasi yang rendah di semua atribut yang di kuantifikasi berdasarkan penilaian dari seluruh panelis. Sedangkan V5 walaupun terletak di kuadran IV tetapi memiliki jarak dekat dengan V1 yang artinya V5 memiliki karakteristik yang hampir mirip dengan video tersebut.

Hasil penilaian oleh panelis deskriptif terhadap masing-masing atribut dapat juga dilihat menggunakan grafik *spider web* yang disajikan pada Gambar 3.





Gambar 3 Grafik *spider web* hasil rata-rata penilaian atribut panelis *expert*

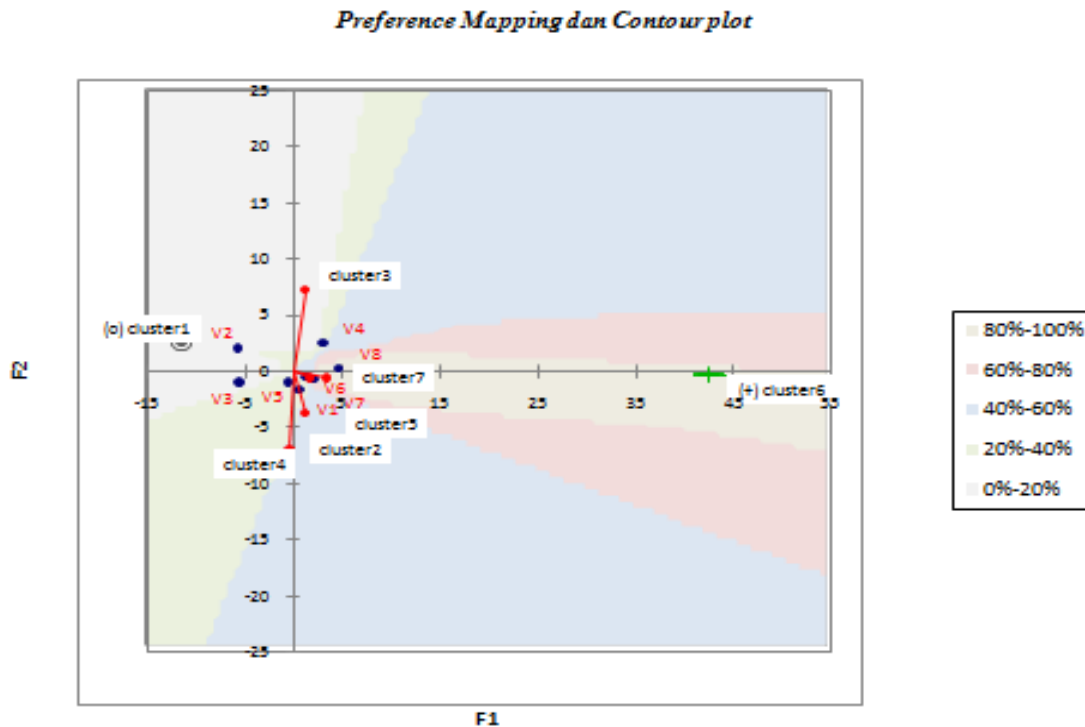
Grafik *spider web* dapat menjelaskan bahwa masing-masing panelis memberikan penilaian yang berbeda-beda pada setiap atribut yang terdapat pada masing-masing video penyuluhan. Jika dilihat dari gambar, rata-rata garis yang menunjukkan V8 terletak pada jari-jari terluar yang artinya V8 memiliki nilai rata-rata tertinggi (5,76 = suka) pada keseluruhan atribut kecuali *video effect*, dialog, media bergerak, animasi, *layout design* dan tipografi. Oleh karena itu hasil tingkat kesukaan panelis petani menunjukkan bahwa V8 menjadi video yang lebih disukai petani dengan skor tertinggi (6,58 = sangat suka). Sedangkan atribut *video effect*, media bergerak, animasi, *layout design* dan tipografi diungguli oleh V4 dengan rata-rata skor 5,43 (agak suka). Adapun jari-jari yang terdalam dan jauh dari atribut-atribut tersebut yaitu berada pada V2 dan V3, sehingga itulah V2 dan V3 mendapatkan nilai rata-rata kesukaan terkecil oleh petani dari video lainnya.

Video 8 menjadi video paling disukai karena video 8 memiliki atribut yang menarik yaitu kisah cerita, transisi, audio, narasi, *sound effect*, *background*, *movie*, visual, warna dan durasi. Hal ini terlihat dari grafik *spider web* yang menggambarkan garis terluar dari atribut tersebut, begitu juga dengan penilaian petani yang memposisikan video 8 menjadi video yang paling disukai.

### Preference Mapping

Metode *preference mapping* umumnya digunakan pada *sensory science* dan dapat dimanfaatkan untuk memetakan pengelompokan konsumen terhadap beragam produk (*internal preference mapping*) atau memetakan kualitas dan karakteristik flavor makanan dari beragam produk (*eksternal preference mapping*). Martinez *et al.* (2001) menyatakan bahwa *preference mapping* merupakan teknik yang menghubungkan rating kesukaan konsumen (data hedonik) dengan karakteristik sensori (data deskriptif) suatu produk. *Preference mapping* diperoleh berdasarkan analisis *cluster* dan analisis komponen utama.

Hasil analisis *preference mapping* pada penelitian ini dapat disajikan pada Gambar 4. Persentase kesukaan panelis terhadap masing-masing sampel dilihat pada Tabel 3.



Gambar 4 Peetaan tingkat kesukaan panelis dan deskriptif video penyuluhan

Tabel 3. Urutan persentase kesukaan panelis terhadap masing-masing video

Video	Kesukaan Panelis
V8	86%
V7	86%
V6	86%
V1	86%
V5	57%
V4	43%

Grafik *preference mapping* pada Gambar 4 dapat menunjukkan bahwa hasil pemetaan penilaian panelis hedonik dan deskriptif pada V8 dan V4 memiliki karakteristik yang mirip karena sama-sama berada pada kuadran II dengan spesifik atribut yang mirip yaitu narasi, *video effect*, *layout design*, tipografi, warna dan durasi, namun memiliki tingkat kesukaan panelis yang berbeda, yaitu V8 sebesar 86% dan cenderung lebih ke arah tingkat yang paling disukai serta V4 sebesar 43%. Hal ini dikarenakan, video 8 memiliki lebih banyak atribut unggulan diantaranya kisah cerita, transisi, audio, narasi, *sound effect*, *background*, *movie*, visual, warna dan durasi. Sedangkan pada video 4 atribut unggulannya terdiri dari *video effect*, media bergerak, animasi, *layout design* dan tipografi.

Selanjutnya pada video 7, video 6 dan video 1 terletak pada kuadran III dan merupakan perlakuan yang paling disukai panelis karena memiliki keragaman data sebesar 80%-100%, dimana masing-masing video tersebut mampu memberikan tingkat kesukaan panelis sebesar

86% dengan spesifikasi atribut yang berbeda-beda. Pada video 1 atribut yang unggul terdiri dari transisi, dialog, media bergerak dan *movie*, selanjutnya pada video 6 terdiri dari transisi, narasi, *video effect*, dialog, media bergerak, visual, tipografi, warna dan durasi. Serta video 7 memiliki atribut kisah cerita, audio, narasi, *sound effect*, *backsound*, animasi, *movie*, visual, layout *design* dan durasi.

Hasil *preference mapping* juga menjelaskan bahwa V5 dan V3 memiliki karakteristik yang mirip karena terletak di kuadran IV, namun berbeda pada tingkat kesukaannya yaitu 57% untuk V5 dan 14% untuk V3. Dengan atribut yang memiliki kemiripan yaitu pada atribut media bergerak, animasi dan warna. Sedangkan untuk keunggulan atribut lebih kepada video 5 karena memiliki penilaian dan persentase lebih tinggi dari video 3. Dan video yang paling tidak disukai panelis adalah V2 karena tingkat kesukaan panelis pada video ini adalah yang paling rendah, yaitu 14% dan berada pada kuadran I. Namun, terdapat beberapa atribut yang memiliki nilai paling tinggi dari atribut lainnya yaitu tipografi, warna dan durasi.

Video yang paling disukai panelis setelah V8 yaitu V7, V6 dan V1. Gambar 10 juga mampu menjelaskan bahwa V8, V7, V6 dan V1 cenderung disukai oleh kelompok panelis *cluster 2 (C2)*, *cluster 5 (C5)*, *cluster 6 (C6)* dan *cluster 7 (C7)*. Kelompok panelis *cluster 3 (C3)* cenderung lebih memilih V4 sebagai video yang disukai. Sedangkan kelompok panelis *cluster 4 (C4)* memilih V3 dan V5. Kelompok yang hanya memilih V2 adalah kelompok panelis *cluster 1 (C1)*.

*Preference mapping* berguna untuk membantu mensukseskan dalam pengembangan produk baru dengan menyediakan penilaian visual data hedonik secara lebih spesifik. *Preference mapping* mampu membandingkan satu set produk yang telah dinilai tingkat kesukaannya oleh panelis petani (pemetaan internal) dan karakteristik yang telah dijelaskan oleh panelis deskriptif yaitu *expert* (pemetaan eksternal).

Dengan *preference mapping* kita dapat mengetahui dari sudut pandang petani bahwa V7, V6 dan V1 adalah video yang disukai setelah V8, sedangkan V2 merupakan video yang paling tidak disukai. Video ini dapat bermanfaat bagi penyuluh guna membuat video-video penyuluhan yang sesuai dengan sudut pandang petani sehingga video penyuluhan tersebut dapat menarik perhatian petani dalam menonton video penyuluhan dan bermanfaat bagi petani.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis yang dilakukan di Desa Buluh Rampai, Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis data sensori yang bersumber dari para panelis petani, memposisikan video nomor 8 menjadi video penyuluhan komoditas cabai dengan tingkat kesukaan paling tinggi yaitu sebesar 6,58 (sangat suka, hal ini karena terdapat 5 *cluster* yang menyukai video tersebut diantaranya yaitu *cluster 1*, *cluster 2*, *cluster 4*, *cluster 6* dan *cluster 7*.
2. Berdasarkan hasil analisis atribut kisah cerita, transisi, audio, narasi, *sound effect*, *backsound*, *movie*, visual, warna dan durasi merupakan atribut yang mempengaruhi daya tarik pada video penyuluhan. Hal ini berdasarkan penilaian deskriptif dari para *expert* terhadap video tersebut.

**Saran**

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menguji apakah hasil temuan mengenai atribut kisah cerita, transisi, audio, narasi, *sound effect*, *background*, *movie*, visual, warna dan durasi yang mempengaruhi petani itu bisa dijadikan saran pengembangan dan fokus utama dalam pembuatan video-video penyuluhan pertanian yang dapat meningkatkan daya tarik petani dalam menonton video penyuluhan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Esbensen, *et al.* 1994. *Multivariate Analysis in Practice*. Wennbergs Trykkeri, AS, Trondheim.
- Martinez, C. 2001. Preference mapping of cracker type biscuits. *Journal Food Quality and Preference*, volume 1(3):535-544.
- Setyaningsih, D., A. Apriyantono dan M.P. Sari. 2010. *Analisis Sensori untuk Industri Pangan dan Agro*. Institut Pertanian Bogor Press. Bogor.
- Wagiyono, 2003. *Menguji Kesukaan Secara Organoleptik, Bagian Proyek pengembangan Kurikulum*. Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah. Departemen Pendidikan Nasional. (di [www.google.co.id](http://www.google.co.id), diakses pada tanggal 18 September 2011).
- Yenket, R. 2011. *Understanding Methods for Internal and Eksternal Preference Mapping and Clustering in Sensory Analysis*. Dissertation. Kansas State University. Manhattan, Kansas.