

Ciri dan Pengaruh Pemimpin Pendapat Dalam Kalangan Pekebun Kecil Kelapa Sawit

The Characteristics and Influence of Opinion Leaders on the Palm Oil Smallholders

Suhana Saad^{1*}, Mohd Yusof Abdullah², Ali Salman³ & Novel Lyndon⁴

¹Program Sains Pembangunan, ²Faculty of Arts and Humanities, International University of Malaya-Wales, ³School Communication, Faculty of Arts and Social Sciences, Taylor's University, ⁴Program Antropologi dan Sosiologi

^{1,4}Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600, Bangi, Selangor.

*emel: suhanasaad@ukm.edu.my

Received: 27 July 2017; Accepted: 12 January 2018; Published: 30 November 2018

Abstrak

Kajian ini bertujuan meneliti ciri-ciri seorang pemimpin pendapat serta pengaruhnya dalam komuniti pekebun kecil kelapa sawit. Pemimpin pendapat ini semestinya individu yang penting dan berpengaruh dalam menjayakan program-program pembangunan kampung dan dapat menarik belia untuk melibatkan diri dalam industri kelapa sawit. Dalam kajian ini kaedah pengumpulan data ialah secara gabungan kualitatif dan kuantitatif. Melalui pendekatan kualitatif, temubual bersemuka dengan empat orang informan utama yang terdiri daripada usahawan, ketua kampung, Ahli Jawatankuasa Kemajuan dan Keselamatan Kampung (JKKK) dan seorang pemangku ketua kampung telah dilakukan. Kajian ini dijalankan di negeri Johor (melibatkan kawasan Batu Pahat, Kluang dan Kulai) yang merupakan antara negeri paling ramai pekebun kecil kelapa sawit. Survei juga dilakukan terhadap 100 orang responden yang dikenalpasti sebagai pemimpin pendapat dalam masyarakat. Pemimpin pendapat ialah individu yang berpengaruh dalam komuniti, kumpulan, atau masyarakat yang dirujuk untuk meminta nasihat, pendapat dan pandangan. Hasil kajian mendapati ciri-ciri peribadi seperti personaliti, demografi, status sosial, inovatif, berpengetahuan serta mempunyai mobiliti sosial yang tinggi lebih mudah mempunyai pengikut dalam kalangan belia. Ciri-ciri lain adalah seperti *media habits*, *product-related characteristics*, *social attributes*, dan juga mempunyai ciri-ciri sebagai *opinion seeker* didapati mempunyai hubungan yang signifikan dengan pengaruh pemimpin pendapat. Ini bermakna pendidikan formal bukan lagi jaminan untuk seseorang itu mendapatkan pengikut kerana yang penting adalah pengalaman dan kepakaran yang dimiliki dalam bidang berkenaan.

Kata kunci pemimpin pendapat, komunikasi, kelapa sawit, mobiliti sosial, belia

Abstract

The study aims to examine the characteristics of an opinion leader and its influence in the community of smallholders of palm oil. The opinion leader is necessarily an important and influential individual in the success of village development programmes and can attract youth to engage in the palm oil industry. This study used a mixed method of data collection combining both the qualitative and quantitative approaches. Through a qualitative approach, face-to-face interviews with four key informants comprising entrepreneurs, village chiefs, Village Development and Security Committee (JKKK) members and an acting village chief were conducted. This study was conducted in Johor (involving three areas, namely Batu Pahat, Kluang dan Kulai) which is among the most populated state of palm oil smallholders. Surveys were also conducted on 100 respondents who were identified as opinion leaders in the community. Opinion leaders are influential members of a community, group, or society to whom others seek for advice, opinions, and views. The findings show that personal characteristics such as personality, demography, social status, innovative, knowledgeable and high social mobility are easier to attract followers in the youth circle. Other features are media habits, product-related characteristics, social attributes, and also features as opinion seeker are found to have a significant relationship with the influence of opinion leaders. This means that formal education is no longer a guarantee for a person to get a follower because the important things are experience and expertise in the field.

Keywords opinion leaders, communication, oil palm, social mobility, youth

PENGENALAN

Program pembangunan sememangnya direka untuk mengubah masyarakat melalui mesej yang disebarkan terhadap orang ramai. Penyebaran mesej ini turut mengambil kira struktur sosial sesebuah masyarakat. Struktur sosial masyarakat boleh dianggap sebagai satu rangkaian yang saling berkait antara individu hingga akhirnya akan menjadi satu rangkaian penting dalam menjayakan sesebuah program pembangunan komuniti. Oleh itu, ahli yang berada dalam satu lingkungan sosial yang sama akan lebih mengenali dan lebih mudah mempengaruhi orang lain berbanding jika sesuatu idea dibawa oleh orang luar. Dalam kajian ini, individu yang berpengaruh dalam lingkungan sosial masyarakatnya atau pemimpin pendapat diteliti untuk melihat ciri-ciri peribadi yang dimiliki oleh mereka kerana ciri-ciri itu yang akan menentukan intensiti pengaruh seseorang pemimpin. Dalam konteks komuniti kampung yang rata-ratanya pekebun kecil kelapa sawit terdapat individu yang dilihat berpengaruh dalam kalangan mereka.

Oleh itu, kajian terhadap ciri-ciri peribadi pemimpin pendapat penting untuk melihat keupayaan mereka mempengaruhi golongan belia untuk melibatkan diri dalam industri sawit. Kajian sebelum ini mendapati, kejayaan individu ini banyak bersandarkan kepada usaha yang tidak putus, bijak menggunakan peluang, berani mengambil risiko, melakukan penyelidikan, kreatif dan inovatif, minat dan mempunyai motivasi diri yang tinggi. Selain itu, mereka ini juga mempunyai pengalaman, jaringan dan pemilikan aset. Malah pekebun kecil yang berjaya adalah disebabkan keupayaan mereka dalam mengendalikan diversifikasi peluang ekonomi (Nurul Hadirah Masura, 2016). Rahsia kejayaan mereka dapat dijadikan sebagai ikon kepada orang lain terutamanya generasi muda yang sebenarnya sudah terdedah dalam sektor ini tetapi apa yang perlu ialah menyuntik kesedaran dan semangat untuk berjaya melalui penglibatan dalam pertanian kelapa sawit. Artikel ini cuba mengenalpasti ciri-ciri pemimpin pendapat dalam kalangan pekebun kecil kelapa sawit, hubungan serta pengaruh peribadi mereka dalam menarik belia terlibat dalam pertanian kelapa sawit.

KONSEP CIRI PEMIMPIN PENDAPAT

Kajian tentang pemimpin pendapat bermula pada 1940-an apabila ahli sosiologi, Paul Lazarsfeld membuat tinjauan pendapat tentang pilihanraya presiden di Amerika Syarikat untuk mengetahui bagaimana media massa memberikan kesan terhadap pandangan politik pengundi. Hasilnya, pengundi tidak dipengaruhi oleh media arus perdana tetapi adalah melalui rakan mereka. Oleh itu, sebuah teori yang dipanggil *two-step flow* telah diperkenalkan untuk melihat bagaimana sesuatu maklumat bergerak daripada media massa kepada pemimpin pendapat, dan daripada pemimpin pendapat kepada seluruh populasi. Pada tahun 1960, idea ini telah diperluaskan oleh Everett Rogers yang meletakkan teori ini dalam konteks penyebaran inovasi dalam masyarakat. Penggunaan inovasi teknologi bermula perlahan-lahan dan kemudiannya memecut secara tiba-tiba kerana ia diterima oleh majoriti (Mattison, 2011).

Pemimpin pendapat adalah individu yang mempengaruhi pendapat, sikap, kepercayaan, motivasi dan sikap orang lain. Pemimpin pendapat didefinisikan sebagai mereka yang berada dalam rangkaian sosial dan mempunyai pengaruh yang kuat ke atas penerimaan orang lain (Youngsang, Junseok & Daeho, 2012). Menurut Rogers (2003), pemimpin pendapat adalah keupayaan seseorang itu mempengaruhi secara tidak rasmi sikap individu lain atau tingkah laku secara terang-terangan dengan cara yang dikehendaki. Pemimpin pendapat telah dijelaskan sebagai wakil penyampai mulut ke mulut yang berpengaruh dan pengaruh mereka mempunyai impak yang besar terhadap proses membuat keputusan pengguna lain (Valente & Davis, 1995).

Rogers (1983) turut menjelaskan pemimpin pendapat merupakan individu yang dijadikan sumber maklumat, nasihat dan perkhidmatan. Mereka ini terdiri daripada individu yang memegang jawatan rasmi atau pun tidak tetapi pengaruh mereka dibuat secara tidak rasmi, menerusi komunikasi muka ke muka dan santai. Selain itu, orang yang meminta nasihat atau pun bukan pemimpin yang mendapatkan nasihat dan maklumat daripada pemimpin pendapat akan terpengaruh dalam membuat keputusan serta tingkah laku. Pemimpin pendapat lebih terdedah kepada media massa, lebih kosmopolitan, lebih mesra dan senang didampingi, sering terlibat dalam hubungan komuniti, mempunyai status sosio ekonomi dan pendidikan yang tinggi dan tegas berbanding individu bukan pemimpin.

Pemimpin pendapat diperoleh dan dikekalkan oleh kecekapan teknikal individu, kebolehcapaian sosial dan kepatuhan kepada norma-norma sistem. Apabila sistem sosial berorientasikan perubahan,

pemimpin pendapat akan lebih berinovasi dan sebaliknya sekiranya sistem sosial menentang perubahan, tingkah laku pemimpin pendapat akan memberi maklum balas yang sama. Sistem sosial secara umum terdiri daripada pemimpin pendapat yang berinovasi dan menggalakkan perubahan dan pemimpin pendapat yang menentang perubahan. Walau bagaimanapun, pengaruh pemimpin pendapat akan berkurangan sekiranya tingkah laku mereka tidak selaras dengan norma sistem sosial sedia ada (Rogers, 1983).

Pemimpin pendapat tidak wujud tanpa pencari pendapat (opinion seekers) kerana pemimpin pendapat memberi nasihat yang diminta oleh pencari pendapat. Pemimpin pendapat menimbulkan rasa minat, panduan, kesedaran dan kepastian kepada pengikutnya yang akan mengurangkan ketidakpastian oleh pengikutnya dalam membuat keputusan (Clement, Proppe & Rott, 2007). Berdasarkan minat dan kesedaran mengenai sesuatu produk yang dibawa oleh pemimpin pendapat, maka para pengikutnya akan turut berminat terhadap produk tersebut.

Pemimpin pendapat mempunyai pelbagai fungsi dan tanggungjawab dalam sesebuah komuniti. Sebagai contoh, dalam usaha untuk mempromosi aspek kesihatan komuniti, pemimpin pendapat dilihat sebagai agen perubahan luaran yang sangat penting. Pemimpin pendapat bertindak sebagai perantaraan untuk berkomunikasi di antara komuniti dan agensi yang melaksanakan program tersebut. Pada kebiasaannya, pemimpin pendapat dijadikan model contoh untuk perubahan sikap dalam sesebuah komuniti. Peranan penting yang dipikul oleh pemimpin pendapat ini dalam penyebaran maklumat untuk suatu proses perubahan atau pengaruh adalah bergantung kepada bagaimana pemilihan seseorang pemimpin pendapat. Pemilihan pemimpin pendapat yang tepat dapat meningkatkan sokongan dan maklum balas positif daripada komuniti.

PEMIMPIN PENDAPAT DAN PENGARUH DALAM MASYARAKAT

Pemimpin pendapat memainkan peranan penting dalam memahami potensi teknologi dan menyampaikan maklumat itu kepada rangkaian sosial yang lebih luas. Pemimpin pendapat harus mempunyai *high esteem* terhadap sesiapa sahaja yang menerima idea mereka. Shuwei, David & McCartney (2015) telah menilai kesan persaingan pemimpin pendapat dalam menarik pengikut dalam kumpulan sosial berdasarkan empat ciri pemimpin pendapat yang dikenalpasti iaitu reputasi, kedegilan, rayuan dan tahap ekstrim menggunakan *bounded confidence model*. Mereka mendapati pemimpin pendapat yang mempunyai reputasi, kedegilan dan tahap ekstrim yang tinggi boleh menyebabkan kesukaran bagi sesebuah kumpulan untuk mencapai kata sepakat tetapi pemimpin pendapat yang kuat memujuk lebih memudahkan. Pemimpin pendapat yang berjaya kebiasaannya kurang degil, lebih banyak memujuk dan kurang ekstrim untuk menarik lebih ramai pengikut dan persekitaran yang berdaya saing.

Knox et al. (2003) telah mendapatkan pandangan tiga orang pemimpin pendapat tentang cara syarikat meningkatkan faedah yang boleh diperoleh melalui pengurusan hubungan pelanggan memandangkan ketiga-tiga pemimpin pendapat yang dikenalpasti telah lama terlibat melaksanakan advokasi dalam pengurusan hubungan pelanggan. Senario ini menggambarkan bahawa pemimpin pendapat merupakan tempat rujukan dalam memberi nilai tambah dalam konteks pengurusan.

Kepentingan pemimpin pendapat sebagai tempat rujukan turut dipersetujui oleh Disch et al. (2016). Seramai enam orang pemimpin yang terlibat dalam penjagaan kesihatan telah disasarkan untuk memberi pandangan mengenai masa depan penjagaan kesihatan dan cabaran dalam membuat perubahan kepada sistem sedia ada. Perbincangan dan perdebatan di antara pemimpin pendapat ini memberi pelbagai maklumat mengenai penjagaan kesihatan termasuk buah fikiran dalam melaksanakan perubahan yang berlaku dalam negara.

Kepentingan penglibatan pemimpin pendapat dalam bidang perubatan turut dikaji untuk melihat keberkesanan peranan mereka. Walau bagaimanapun, Louise et al. (2001) mendapati adalah sukar untuk mencapai kata sepakat mengenai siapakah pemimpin pendapat dan apakah peranan mereka. Kredibiliti dan kuasa serta pengaruh pemimpin pendapat bukan sahaja lahir daripada personaliti diri, kemahiran dan hubungan dinamik mereka dengan orang lain tetapi juga faktor-faktor lain. Pemimpin pendapat yang terdiri daripada golongan profesional dan rakan sebaya memainkan peranan penting. Walau bagaimanapun, pemimpin pendapat seperti rakan sebaya dilihat lebih meyakinkan dan dijadikan ikon oleh rakan sekerja. Dalam kajian Chan dan Misra (1990), telah mengenalpasti beberapa dimensi baru pemimpin pendapat seperti *demographics*, *product-related characteristics*, *personality* dan *media habits*. Kajian mereka

mendapati personaliti adalah adalah ciri paling penting yang menentukan perbezaan seseorang individu dalam tindakan mereka.

Justeru, pemimpin pendapat merupakan seseorang yang mempunyai keupayaan secara tidak formal dalam mempengaruhi sikap atau tingkah laku individu melalui kaedah yang dikehendakinya. Kajian ini menggunakan teori penyebaran inovasi untuk melihat pengaruh dan kriteria peribadi seseorang yang telah berjaya dalam komuniti untuk diangkat sebagai pemimpin pendapat dan keupayaan mereka dalam menyebarkan pengaruh dan intensiti pengaruh tersebut untuk menarik belia melibatkan diri dalam sektor pertanian kelapa sawit.

METOD KAJIAN

Kajian ini melibatkan kaedah pengumpulan data melalui gabungan kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data secara kuantitatif dijalankan melalui kaedah survei terhadap 100 orang responden di sekitar Batu Pahat, Kluang dan Kulai, Johor yang dikenalpasti sebagai pemimpin pendapat dalam kalangan pekebun kecil kelapa sawit. Pegawai *Malaysian Palm Oil Board* (MPOB) Kluang dan Batu Pahat telah membantu kumpulan penyelidikan ini dalam mengenalpasti pemimpin pendapat berdasarkan ciri-ciri yang telah ditetapkan. Indikator pemimpin pendapat dalam kajian ini ialah ketua kampung, usahawan dan individu yang berpengaruh dalam komuniti. Melalui kaedah kualitatif, temu bual bersemuka juga dilakukan dengan beberapa informan utama yang terdiri daripada terdiri daripada seorang usahawan, ketua kampung, Ahli Jawatankuasa Kemajuan dan Keselamatan Kampung (JKKK) dan seorang pemangku ketua kampung. Informan yang dipilih ini merupakan individu yang berpengaruh serta telah diiktiraf oleh agensi kerajaan hingga ke peringkat nasional dan juga sangat dihormati oleh penduduk kampung. Temubual juga dilakukan bersama pegawai MPOB, untuk mendapatkan pandangan mereka tentang peranan yang boleh dimainkan oleh pemimpin pendapat dalam membantu generasi muda terlibat dalam sektor pertanian khususnya kelapa sawit. Lokasi kajian yang dipilih ialah Johor melibatkan kawasan Batu Pahat, Kluang dan Kulai. Johor merupakan antara negeri utama di Malaysia yang mempunyai bilangan pekebun kecil sawit paling ramai di Semenanjung Malaysia di samping Perak, Selangor dan Pahang.

Pengumpulan data secara kualitatif juga bergantung kepada sumber-sumber seperti buku, jurnal dan laporan serta buletin yang diterbitkan oleh pihak MPOB. Daripada segi analisis kajian, ciri-ciri seorang pemimpin diperoleh melalui temubual dengan informan utama dan kajian literatur seterusnya instrumen kajian telah dibina menggunakan kaedah koding berpanduan berdasarkan literatur kajian dan juga temubual yang telah dijalankan. Peringkat seterusnya ialah analisis kolerasi telah dilakukan untuk melihat hubungan di antara ciri-ciri pemimpin dengan intensiti pengaruh pemimpin pendapat manakala analisis regresi dilakukan untuk melihat ciri mana yang paling berpengaruh daripada semua ciri yang diperoleh.

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Latar Belakang Informan

Jadual 1 merupakan latar belakang informan yang ditemubual dalam kajian ini. Umur pemimpin adalah antara 50 dan 60 dan melibatkan diri dalam banyak kegiatan perniagaan lain selain daripada melibatkan diri dalam penanaman kelapa sawit. Dua daripada mereka pernah memenangi Anugerah Industri Sawit Malaysia dan juga Pemenang Anugerah Peladang Jaya.

Jadual 1 Latar belakang informan

Informan	Jawatan	Pencapaian/ Anugerah	Pengalaman
i1 Umur 55 tahun (Kg. Paya Layang- Layang)	Ketua Kampung	-	-Pekebun kecil kelapa sawit -Dua tahun sebagai Ketua Kampung -Terlibat dalam tanaman cili berkelompok -Kontaktor
i2 (Kg. Seri Paya)	-Pemangku Ketua Kampung	-	-Pekebun kecil kelapa sawit -Pengusaha <i>homestay</i> dan restoran

	-Pesara Malaysian Airline Cargo		
i3 Umur 60 tahun (Kg. Parit Tengah)	Jawatankuasa Kemajuan & Keselamatan Kampung	Pemenang Anugerah Industri Sawit Malaysia 2016	-Pekebun kecil kelapa sawit -Terlibat intergrasi tanaman nanas -Kontraktor -Kedai jahit - <i>homestay</i>
i4 Umur 60 tahun (Kg. Parit Kassan)	-Usahawan -Presiden Peniaga Buah Johor Utara	Pemenang Anugerah Peladang Jaya 2013	-Pekebun kecil kelapa sawit -Pemilik pusat timbang -Pemilik kedai runcit dan restoran -Kontraktor -Memiliki tapak semaian sawit -Presiden peniaga buah Johor Utara -Mengusahakan ternakan lembu/kambing -pembekal daging daerah -terlibat integrasi tanaman

Ciri-Ciri Pemimpin Pendapat

Personaliti

Pemimpin pendapat ialah seseorang yang kurang dogmatik, lebih inovatif, berkeyakinan dan secara sosialnya adalah seorang yang aktif. Keyakinan diri mereka juga adalah tinggi dan lebih moden atau kosmopolitan (Chan & Misra, 1990). Personaliti juga merujuk kepada orang yang berani memperkenalkan idea baru kepada pengikutnya. Oleh itu, seorang pemimpin pendapat itu mestilah memahami aspirasi belia. Jika idea yang ingin dibawa itu bertentangan, maka ia tidak akan dapat menarik ramai pengikut. Menurut i1,

“Saya pernah buat program *wiring* cari belia yang dibuang sekolah. Ambil untuk kursus *wiring* dapat elaun tetapi mereka tidak mahu... lepas tu hantar belia untuk kursus *safety & security* di Rapid Pengerang tetapi kurang mendapat sambutan sedangkan peluang pekerjaan di situ banyak. Sekarang fikirkan aktiviti keusahawan melalui mini RTC (Rural Transformation Centre) di bawah Parlimen Simpang Renggam” (temubual 6 Februari 2017).

Personaliti dan karisma seseorang penting dalam mempengaruhi pengikut, namun demikian seorang pemimpin pendapat yang berjaya haruslah menjadi sebahagian daripada komuniti di mana ia cuba mencari pengaruh. i1 adalah seorang pemimpin desa dan juga pekebun kecil kelapa sawit, tetapi pembaharuan yang dibawa itu bukanlah dalam bidang kepakaran beliau, bahkan beliau juga tidak pernah terlibat dalam program *wiring* dan kursus *safety & security* tersebut. Jadi program ini dilihat tidak dapat menarik ramai pengikut. Keadaan ini berbeza dengan i4, beliau bukan sahaja seorang pekebun kecil kelapa sawit tetapi merupakan usahawan yang terkenal dan pernah memenangi beberapa anugerah seperti Anugerah Peladang Jaya. Usaha beliau menarik pengikut lebih mudah kerana belia memerlukan seorang ikon yang boleh membuktikan mereka telah berjaya dalam sektor yang ingin mereka mendapatkan pengikut.

Seorang pemimpin pendapat juga seharusnya merupakan seorang *motivator*. Beliau akan menggalakkan orang lain di samping berkongsi pengetahuan yang ada padanya. i4 banyak mengambil pekerja muda dalam kalangan penduduk dan saudara-mara beliau untuk berkerja di syarikat dan kebun sawit. Beliau telah membuktikan bahawa pertanian juga adalah satu perniagaan yang menguntungkan sekiranya dilakukan dengan bersungguh-sungguh dan berdedikasi. Kini kemahiran dan kepakaran beliau diwarisi oleh anak-anaknya. Bagi menggalakkan anak-anaknya terlibat dalam penanaman kelapa sawit, beliau telah membahagikan tanah dan ternakan untuk diusahakan. Selain itu, motivasi sentiasa diberikan supaya generasi muda ini membeli tanah untuk kelangsungan hidup pada masa hadapan.

Demografi

Beberapa ciri demografi didapati turut membezakan antara pemimpin pendapat dengan pengikut. Ciri-ciri tersebut adalah muda, berpendidikan tinggi, pendapatan tinggi dan mobiliti sosial juga tinggi. (Chan & Misra, 1990). Kesannya adalah lebih jika secara sosio-demografi pemimpin pendapat hampir sama dengan pengikut (Riecken & Yavas, 1983). Dalam kajian ini pendidikan formal tidak memainkan peranan yang penting. Pengikut yang secara tradisinya tinggal di kampung lebih melihat pengalaman dan kepakaran seseorang individu untuk menjadi pemimpin pendapat. Hanya i2 sahaja yang didapati mempunyai tahap pendidikan lebih baik berbanding i1, i3 dan i4 yang hanya lulusan sekolah menengah. i4 seorang usahawan berjaya dan dikenali ramai, beliau mempunyai 98 orang pekerja yang berkerja di kebun dan syarikat beliau. Pendidikan beliau hanyalah sekolah menengah. Beliau mula berniaga sejak remaja dan berkawan dengan ahli perniagaan yang berpengalaman. Apabila telah berjaya mengumpulkan wang, beliau membeli tanah dan menanam kelapa sawit. Usaha dalam mengembangkan perniagaan diteruskan dengan menternak lembu dan kambing, menjadi pembekal daging lembu, membuka restoran, kerja-kerja kontraktor, dan juga membuka tapak semeaian kelapa sawit. Walaupun pendidikan rendah i4 mempunyai mobiliti sosial yang tinggi dan dihormati oleh penduduk setempat khususnya beliau. Kejayaan dalam bidang pertanian, ternakan dan perniagaan menyebabkan beliau meraih pendapatan tinggi dan mampu melantik ramai pekerja. Rata-ratanya di peringkat kampung yang lingkungan sosial masyarakat masih lagi tradisional, orang tua akan lebih dihormati kerana pengalaman dan nilai-nilai budaya masyarakat tempatan. Dalam konteks ini individu yang menjadi ikon pemimpin pendapat adalah dalam kalangan orang dewasa berusia 50 tahun ke atas.

Sifat-Sifat Sosial

Sifat-sifat sosial dikaitkan dengan individu yang mempunyai interaksi sosial yang baik dalam lingkungan sosialnya. Mereka mestilah seorang yang disenangi oleh pengikut dan orang lain. Sifat-sifat sosial akan memastikan intensiti pengaruh seseorang pemimpin pendapat untuk mendapatkan pengikut. Mereka mestilah individu yang sanggup membantu, tidak kedekut ilmu, mempunyai interaksi yang baik dengan penduduk setempat. Secara umumnya mereka adalah seorang yang dikenali dan mudah di dampingi oleh orang ramai. Ciri-ciri ini ditunjukkan oleh i3 yang telah memanggil golongan muda yang berminat untuk belajar tentang kelapa sawit. Beliau akan mengajar keseluruhan proses kerja daripada peringkat awal proses penanaman kelapa sawit yang bermula dengan penentuan tapak yang sesuai, pemilihan benih kelapa sawit, pembersihan tapak, proses penanaman, kerja-kerja pembersihan kebun, membaja dan mengait buah. Walaupun sambutan itu tidak sepenuhnya, tetapi ia telah berhasil melibatkan empat orang beliau untuk sama-sama terlibat dalam usaha ini. Kepimpinan pemimpin pendapat banyak dilihat dalam model penyebaran inovasi yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana idea dan amalan baru disebarkan atau antara komuniti (Rogers, 2003). Pemimpin pendapat tidak semestinya merupakan penerima awal sesuatu inovasi kerana tindakan sedemikian adalah terlalu berisiko yang akhirnya akan menjatuhkan reputasi mereka. Sebaliknya, mereka akan memantau pendapat sekeliling dan hanya akan mula mempengaruhi apabila manfaat idea baru yang diperkenalkan sangat ketara dan norma sosial sedia ada mula menunjukkan perubahan. Sebagaimana i3, kejayaan beliau telah menarik beliau yang dulunya berkerja kilang tetapi kini menjadi pekebun kecil kelapa sawit dan membentuk mereka sehingga menimbulkan minat yang mendalam untuk terlibat dalam kerjanya ini.

“kita membimbing bagi mereka yang bersetuju. Kebanyakan mereka mengusahakan tanah orang tua. Bagi nasihat panggil MOPB (Malaysia Palm Oil Board) panggil PPK (Persatuan Peladang Kawasan). Kilang dengan pertanian pada saya lebih baik pertanian walaupun kita tidak berkerja kita boleh memanggil pekerja. *income* akan berpanjangan” (temubual 7 Februari 2017).

Tabiat Media

Secara umumnya pemimpin pendapat adalah orang yang lebih terdedah kepada media massa (Danko & MacLachlan, 1983). Bagi masyarakat kampung surat khabar, radio dan televisyen adalah sumber utama mereka mendapatkan maklumat. Usaha mencari maklumat melalui internet masih kurang. Bagi kampung yang jauh dari pusat bandar, mereka tidak mempunyai internet untuk mendapatkan maklumat. Oleh itu, pergantungan terhadap sumber maklumat belum berkembang sepenuhnya. Walaupun terdapat kekangan dalam mendapatkan maklumat melalui *website*, media sosial menjadi perantara penting bagi semua informan yang ditemubual. Bagi i1, penduduk kampung beliau mempunyai *whatsapp* JKKK, Kesatuan

Yasin dan Rewang dan hubungan dalam kampung juga turut menggunakan aplikasi *whatsapp*. Bagi mempromosikan aktiviti kampung dan program yang dilakukan, *facebook* adalah medium utama. Usaha ini dilakukan hampir semua pemimpin pendapat terutama yang menjadi pemimpin pada peringkat kampung. Dalam kes i3, beliau mempunyai *whatsapp* untuk berhubung dengan belia di bawah bimbingannya. Beliau akan berhubung dengan mereka setiap hari untuk memberikan tunjuk ajar. Cara ini dianggap cepat dan memudahkan komunikasi dilakukan berbanding secara bersemuka. Cuma kadangkala masalah yang berlaku ialah capaian internet yang perlahan. Keseluruhannya, penggunaan *whatsapp* paling popular dalam kalangan penduduk kampung berbanding *website*.

Pengetahuan Berkaitan Produk

Pemimpin pendapat juga merupakan seorang yang berpengetahuan tentang produk yang berkaitan dengannya. Mereka juga terlibat secara langsung dengan produk berkenaan dan sentiasa mengumpulkan maklumat berkaitan produk (Chan & Misra, 1990). Semua informan kajian ini masih lagi melakukan kerja-kerja kebun walaupun mereka telah mempunyai pekerja. Tujuannya adalah untuk memantau dan memberikan tunjukkan ajar daripada segi kaedah penanaman, meracun, mengait buah dan penggunaan baja. Mereka ini adalah orang yang mahir dalam kegiatan yang dilakukan dan masih lagi terlibat secara langsung dan bukan hanya menjadi majikan semata-mata. Pengetahuan berkaitan produk seperti pembelian benih, penggunaan racun yang sesuai, baka terbaharu kelapa sawit, baja, dan teknologi terkini berkaitan kelapa sawit harus diketahui oleh seorang pemimpin pendapat. i3 akan memantau dan memastikan baja, racun, benih harus dimaklumkan kepada beliau. i3 juga mengetahui tentang kaedah pemasaran, di mana untuk membeli jika ada produk terbaru dan sering dirujuk oleh belia di bawah bimbingannya untuk mendapatkan maklumat. Jadi seseorang pemimpin pendapat itu harus mempunyai pengetahuan luas berbanding pengikutnya tentang produk-produk berkaitan industri kelapa sawit. Selain itu, mereka juga harus tahu cara mempromosi dan meluaskan pasaran produk yang dihasilkan.

Inovatif

Inovatif merupakan antara salah satu ciri penting yang menentukan intensiti pengaruh seorang pemimpin pendapat. Seorang pemimpin pendapat yang inovatif umumnya merupakan orang pertama yang akan mendapatkan produk baru, meninjau jika ada produk baru yang akan muncul dan mengetahui semua perkembangan tentang sesuatu produk. Walau bagaimanapun, konsep inovatif ini lebih sesuai dalam kajian berkaitan dengan pemasaran produk atau dalam sebuah komuniti yang mana ahlinya telah terdedah secara meluas dengan media. Ciri-ciri inovatif wujud pada informan yang ditemubual, namun mereka bukan *early adopter* seperti yang disebut oleh Rogers (2003) dalam teori penyebaran inovasi. Keadaan ini didorong oleh kurangnya pendedahan terhadap teknologi komunikasi terkini yang menyebabkan pemimpin pendapat ini juga merupakan pencari pendapat iaitu satu putaran yang saling melengkapi antara pemimpin pendapat dengan pencari pendapat.

Pencari Pendapat

Pemimpin pendapat tidak wujud tanpa pencari pendapat kerana pemimpin pendapat memberi nasihat yang diminta oleh pencari pendapat (Clement, Proppe & Rott, 2007). Kajian ini mendapati pemimpin pendapat juga merupakan seorang pencari pendapat. Walaupun semua informan ini telah berjaya sebagai usahawan dan pekebun kecil kelapa sawit, mereka masih meminta khidmat nasihat daripada agensi kerajaan yang bertanggung jawab dengan pertanian kelapa sawit seperti Malaysian Palm Oil Board (MPOB) dan Pertubuhan Peladang Kawasan. MPOB masih lagi memainkan peranan utama kerana semua informan ini adalah pekebun kecil kelapa sawit yang berdaftar di bawah agensi berkenaan. Oleh itu, mereka ini adalah *opinion seekers* yang akan mendapatkan sumber maklumat daripada agensi berkaitan daripada proses penanaman hinggalah kepada penuaian buah. Walaupun salah satu ciri penting pemimpin pendapat adalah inovatif, pelopor kepada produk baru, pada masa yang sama mereka adalah pencari pendapat sebelum memperkenalkan produk itu kepada orang lain. Dalam hal ini ia seperti satu pusingan yang saling berkaitan antara pemimpin pendapat yang juga merupakan *opinion seekers*.

Hubungan Antara Ciri-Ciri Pemimpin Pendapat dengan Intensiti Pengaruh

Kesemua tujuh ciri diandaikan mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap intensiti seseorang pemimpin pendapat dalam mempengaruhi golongan muda untuk terlibat dalam pertanian kelapa sawit. Jadual 2 menunjukkan terdapat hubungan positif dan sederhana (0.679**) yang signifikan antara interaksi sosial dengan intensiti pengaruh. Seterusnya terdapat hubungan positif dan sederhana (0.692**) yang signifikan antara personaliti dengan intensiti pengaruh. Bagi hubungan antara sifat-sifat sosial dengan intensiti pengaruh, terdapat hubungan positif dan tinggi (0.821**) yang signifikan. Hubungan tabiat media dengan intensiti pengaruh menunjukkan terdapat hubungan positif dan sederhana (0.623**) yang signifikan. Seterusnya terdapat hubungan positif dan tinggi (0.746**) yang signifikan antara demografi dengan intensiti pengaruh. Dapatan hubungan antara pengetahuan berkaitan produk dengan intensiti pengaruh juga menunjukkan terdapat hubungan positif dan tinggi (0.751**) yang signifikan begitu juga hubungan antara inovator dengan intensiti pengaruh yang mempunyai hubungan positif dan tinggi (0.731**) yang signifikan. Terdapat juga hubungan positif dan sederhana (0.666**) yang signifikan antara pencari pendapat dengan intensiti pengaruh.

Jadual 2 Hubungan antara ciri-ciri pemimpin pendapat dengan intensiti pengaruh

Pemboleh ubah	Intensiti Pengaruh	
	R	p
Personaliti	0.679**	0.000
Sifat-sifat sosial	0.821**	0.000
Tabiat media	0.623**	0.000
Demografi	0.746**	0.000
Pengetahuan berkaitan produk	0.751**	0.000
<i>Inovator</i>	0.731**	0.000
Pencari pendapat	0.666**	0.000

**signifikan pada $p < 0.01$

Analisis regresi berganda (Jadual 3) digunakan untuk menguji jika pemboleh ubah bebas secara signifikan meramalkan pengaruh intensiti. Hasil regresi menunjukkan bahawa terdapat empat pemboleh ubah yang menjelaskan 76.7 peratus dari varian ($R^2 = .767$, $F = 43.355$, $p < .01$). Ini menunjukkan sifat-sifat sosial secara signifikan meramalkan pengaruh intensiti ($\beta = .36$, $p < .001$), seperti juga tabiat media ($\beta = .13$, $p < .01$), demografi ($\beta = .24$, $p < .01$), dan inovator ($\beta = .26$, $p < .01$).

Manakala nilai F model yang dibentuk adalah signifikan pada aras 0.000. Ini menunjukkan bahawa model yang dibina dalam menentukan faktor penting dalam intensiti pengaruh adalah benar. Oleh itu, hipotesis nol ditolak kerana terdapat bukti statistik yang kukuh untuk membuat kesimpulan bahawa model bagi pemboleh ubah intensiti pengaruh berdasarkan pemboleh ubah personaliti, sifat-sifat sosial, tabiat media, demografi, pengetahuan berkaitan produk, *inovator*, dan pencari pendapat terhadap galakkan penyertaan belia dalam sektor pertanian kelapa sawit adalah benar.

Manakala, terdapat empat pemboleh ubah yang sangat penting dalam menentukan pengaruh pemimpin pendapat dalam menggalakkan penyertaan belia di sektor pertanian kelapa sawit iaitu demografi dan *inovator* kerana mempunyai nilai-t yang signifikan (signifikan pada aras 0.01), manakala sifat-sifat sosial dan tabiat media pula menunjukkan signifikan pada aras 0.05. Ini menunjukkan lima pembolehubah adalah sangat penting dalam mempengaruhi intensiti pengaruh seseorang pemimpin pendapat

Jadual 3 Ciri-ciri pemimpin pendapat yang paling berpengaruh

	B	Nilai-t	Sig.	Adjusted R ²	F	Sig.
(Constant)	0.393	1.686	0.95			
Personaliti	-0.112	-1.136	0.259	0.767	43.355	0.000***
Sifat-sifat sosial	0.360	3.083**	0.003			
Tabiat media	0.132	2.222**	0.029			
Demografi	0.245	3.346***	0.001			
Pengetahuan berkaitan produk	0.052	0.532	0.596			
<i>Inovator</i>	0.268	3.692***	0.000			
Pencari pendapat	-0.072	-0.786	0.434			

Nota:

Pemboleh ubah terikat = Intensiti Pengaruh

*** signifikan pada aras 0.01

**signifikan pada aras 0.05

*signifikan pada aras 0.10

Oleh itu, hipotesis nol ditolak kerana terdapat bukti statistik yang kukuh untuk membuat kesimpulan bahawa intensiti pengaruh seseorang pemimpin pendapat adalah berdasarkan ciri-ciri personaliti, sifat-sifat sosial, tabiat media, demografi, pengetahuan berkaitan produk, inovator, dan pencari pendapat terhadap galakkan penyertaan belia dalam sektor pertanian kelapa sawit. Dalam kes ini, pemboleh ubah inovator merupakan faktor yang signifikan dalam memberi kesan terhadap pemboleh ubah galakkan penyertaan belia dalam sektor pertanian kelapa sawit dengan nilai koefisien 0.268.

Kesimpulan yang dapat dibuat dalam analisis ini ialah pemboleh ubah-pemboleh ubah seperti personaliti, sifat-sifat sosial, tabiat media, demografi, pengetahuan berkaitan produk, *inovator*, dan pencari pendapat penting dalam menentukan intensiti terhadap galakkan penyertaan belia dalam sektor pertanian kelapa sawit adalah benar.

KESIMPULAN

Pemimpin pendapat adalah individu yang berjaya memainkan peranan utama dalam memulihkan keyakinan pada masa depan belia ke arah kerjaya dalam industri kelapa sawit. Daripada penemuan ini, jelaslah bahawa pendidikan formal tidak lagi menjadi jaminan untuk seseorang pemimpin pendapat pengikut kerana apa yang penting ialah pengalaman dan kepakaran dalam bidang ini. Ini terpakai kepada pemimpin pendapat yang dilihat sebagai penanda ciptaan baru dan cara melakukan sesuatu. Di samping itu, ciri-ciri lain seperti tabiat media, ciri berkaitan produk, sifat sosial, dan ciri-ciri pencari pendapat juga penting dalam menarik pengikut kepada pemimpin pendapat. Kajian itu mendapati pemimpin pendapat yang terlibat secara langsung dalam industri kelapa sawit lebih dipercayai oleh belia berbanding dengan pemimpin yang memegang jawatan utama di peringkat kampung tetapi sebahagiannya terlibat dalam sektor ini.

PENGHARGAAN

Penyelidikan ini menggunakan Geran Kursi Endowmen MPOB-UKM kod projek: EP-2016-032.

RUJUKAN

- Ayatollah, A. R. (2014). Overview of the Malaysian oil palm industri. *Simposium Sawit 24 Januari 2014, Lumut, Perak*.
- Bode L. (2016). Political news in the news feed: Learning politics from social media. *Mass Communication and Society, 19*, 24–48. doi:10.1080/15205436.2015.1045149.
- Chan, K. K., & Misra, S., (1990). Characteristics of the opinion leader: a new dimension. *Journal of Advertising, 19*, 53-60.
- Clement. M., Proppe, D., & Rott. A., (2007). Do critics make bestsellers? Opinion leaders and the success of books. *Journal of Media Economics, 20*(2), 77-105.
- Danko, W. D., & MacLachlan, J. M. (1983). Research to accelerate the diffusion of a new invention. *Journal of Advertising Research, 23*, 39-43.
- Disch, J., Feeley, W. T., Mason, D. J., Schilsky, R. L., Stovall, E. L. & Shelley, F. N. (2016). Transformation of health care- perspectives of opinion leaders. *Seminars in Oncology Nursing, 32*(2), 172-182.
- Knox. S., Maklan. S., Payne. A., Peppard. J., & Ryals, L. (2003). *Customer relationship management, perspectives from the marketplace*. United Kingdom: Routledge.
- Katz, E. (1957). The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly, 21*, 61-78.
- Louise. L, Sue. D., Chambers, D. & Gabbay, J. (2001). Understanding the role of opinion leaders in improving clinical effectiveness. *Social Science & Medicine, 53*, 745-757.
- Mattison, B., (2011). *Do we listen to opinion leader*. Retrieved from <http://insights.som.yale.edu/insights/do-we-listen-opinion-leaders>.
- Nurul Hadirah Masura. (2016). *Kejayaan usahawan pekebun kecil*. Latihan Ilmiah Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia yang tidak diterbitkan.

- Peter, S., Van Eck, Jager, W., & Leeftang, S. H. (2011). Opinion leaders' role in innovation diffusion: A simulation study. *Journal Product Innovation Management*, 28,187-203.
- Rogers, E. M., & Cartano, D. C (1962). Methods of measuring opinion leadership. *Public Opinion Quarterly*, 26(3), 435-441.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.
- Rogers, E. M. (1983) *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.
- Rogers, E. M., & Kincaid D. L. (1981). *Communication networks: The Miracle of Oryu Li*. Free Press: New York.
- Riecken, G., & Yavas, U., (1983). Internal consistency reliability of king and summers' opinion leadership scale: Further evidence. *Journal of Marketing Research*, 20, 325-326.
- Sunitha Chakravarthy & Bhavani Prasad. (2011). The impact of opinion leader on consumer decision making process. *International Journal of Management & Business Studies*, 1, 61-64.
- Shuwei, C., David H. G., & McCartney, M. (2016). Characteristics of successful opinion leaders in a bounded confidence model. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 449, 426-436.
- Tumbull, A., & Meenaghan. (1980). Diffusion of innovation and opinion leadership. *European Journal of Marketing*, 14(1), 3-33.
- Valente, T. W., & Davis, R. L. (1995). Accelerating the diffusion of innovations using opinion leaders. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 566(1), 55-67.
- Youngsang Cho, Junseok Hwang & Daeho Lee (2012). Identification of effective opinion leaders in the diffusion of technological innovation: A social network approach. *Journal of Technological Forecasting & Social Change*, 79(1), 97-106.