

**PERSEPSI INOVASI PENEROKA-PENEROKA FELDA:
KES RANCANGAN TANAH L.B. JOHNSON DAN SENDAYAN,
NEGERI-SEMBILAN, SEMENANJUNG MALAYSIA**

AMRIAH BUANG
Universiti Kebangsaan Malaysia

SINOPSIS

Kejayaan Felda sebagai satu agen perubahan dianalisa dari segi betapa berkesan proses komunikasi inovasi Felda di Rancangan Felda Sendayan dan L.B. Johnson melalui persepsi peneroka-peneroka terhadap beberapa inovasi, dan implikasi dari persepsi inovasi peserta terhadap tujuan Felda mewujudkan masyarakat peladang moden. Hasil kajian persepsi peneroka terhadap inovasi-inovasi perancangan keluarga, Jawatankuasa Kemajuan Perancangan, Syarikat Kerjasama, siaran Radio Felda dan Peranan Ketua Blok menunjukkan tiga situasi: (1) golongan peneroka-peneroka yang tidak menyedari adanya inovasi-inovasi tersebut; (2) golongan peneroka-peneroka yang menyedari adanya inovasi-inovasi tersebut tetapi tidak jelas akan tujuan-tujuannya; (3) golongan peneroka-peneroka yang mengetahui tentang inovasi-inovasi berkenaan tetapi menyalahafsirkan tujuannya berbanding dengan yang dimaksudkan oleh Felda. Kertas ini meminta perhatian diarahkan kepada memperbaiki proses komunikasi Felda-peneroka.

SYNOPSIS

Felda's achievement as an agent of change is analysed through the effectiveness of its innovation communication process in Sendayan and L.B. Johnson Schemes, via settler perception of selected innovation items, and the implications of this perception on Felda's objective to develop a modern community of farmers. Field evidence regarding settler perception of family planning, Scheme Development Council, Cooperative Society, Felda Radio programmes and the role of Block Leaders reveal three kinds of situation: (1) settlers who were not aware of the innovations; (2) settlers who were aware of the innovations but were not clear as to their particular purposes; (3) settlers who were aware of the innovations but misinterpret their purposes vis-a-vis that of the Authority. This paper appeals that attention be directed at improving communication process between Felda and settlers.

Tidaklah keterlaluan kalau dikatakan bahawa dewasa ini rancangan tanah Felda merupakan satu isue yang popular dalam konteks pembangunan luarbandar Malaysia. Persoalan ini popular bukan saja kerana

kejayaan-kejayaannya yang ketara dari segi keluasan tanah yang telah dibuka,¹ tetapi juga kerana kontroversi pendapat yang timbul di kalangan ahli-ahli sosiologi, ekonomi dan lain-lain yang pernah mengkaji dan menulis mengenainya.² Barangkali, bahagian yang paling kontroversial ialah apabila setengah-setengah pengkaji ini mencoba menyorot kejayaan Felda dari segi setakat mana Felda mampu menghasilkan kualiti hidup dan tindak-tanduk yang wajar di kalangan peserta ke arah mencapai matlamat mewujudkan satu masyarakat tani yang moden dan progresif.³ Pendapat-pendapat para pengkaji setakat ini pada umumnya menggambarkan bahawa dalam mewujudkan satu komuniti peladang yang moden dan progresif pencapaian Felda masih belum dapat dibanggakan. Mereka berbeza pendapat dari segi mengapa dan bagaimana keadaan ini berlaku. Bagaimanapun, dapat dirumuskan bahawa kegagalan Felda adalah kerana masih banyak lagi kelemahan-kelemahan yang belum diatasi, umpamanya kurang rasa 'commitment' peserta-peserta kepada tanah mereka dan juga Felda; kegagalan kaitan dari interaksi sosial di rancangan dalam mewujudkan satu komuniti baru yang unggul, (S. Husin Ali, 1974;⁴ R. Wikkramatileke, 1972;⁵ Hairi Abdullah, 1973-74);⁶ pergerakan pencapaian yang pada umumnya adalah rendah di kalangan para peneroka, (Wan Rafaei, 1975);⁷ kriteria pemilihan dan ciri-ciri demografi peneroka yang meng-

1 Di antara tahun 1971 hingga 1975 Felda telah membuka 412,375 ekar tanah. Angka ini merupakan 9,000 ekar lebih dari yang dijadualkan dan 97% dari jumlah tanah yang dibuka untuk pertanian pada tempoh itu. (Government of Malaysia, *Third Malaysia Plan, 1976-1980*, Government Press, Kuala Lumpur, 1976, h. 288)

2 Lihat misalnya, M.C. Agarwal, *Some Agro-economic Aspects of Land Settlement in FLDA Financed Schemes*, Kuala Lumpur, Dept. of Economics, University of Malaya, 1961; L.F. Wan, *An Appraisal of the FLDA Project at Batu 27, Lenga Muar*, Kuala Lumpur, Dissertation (M.Ec.) Univ. of Malaya, 1969; S. Sumar, *Economic Aspects of three New Land Development Schemes Organised by the FLDA in the Federation of Malaya*, Canberra, 1965 (thesis, Ph.D, Australia National University); G. Sivalingam, "Modenization and Social Change—The Impact of Administrative Behaviour upon Personality Change among peasant in Selected Rural Development Schemes", Kuala Lumpur, Dissertation (M.Ec), University of Malaya 1973; H.S. Khera, *The State and Peasant Innovation Rural Development; the Case of Felda Oil Palm Schemes*, Persatuan Ekonomi Malaysia, Kuala Lumpur, 1974; S. Husin Ali, "Rancangan Felda: Beberapa Aspek Ekonomi dan Sosial" dalam *Manusia dan Masyarakat*, 3, 1974, Kuala Lumpur, h. 25-48; dan lain-lain.

3 Menurut Y.B. Menteri Pembangunan Tanah dan Kemajuan Wilayah, Malaysia, "...Tujuan pembangunan tanah merupakan suatu kegiatan bagi mengisi pembangunan negara ertinya pembangunan manusia (pembangunan mentaliti) yang menjadi penduduk dalam negara itu sendiri." Ucapan Datuk Asri b. Muda dalam *Forum Pembangunan Tanah di Malaysia*, di Universiti Kebangsaan Malaysia pada 11hb. Disember, 1976 (kandungan dan perkataan di dalamnya adalah ciptaan penulis).

4 S. Husin Ali, 1974, *Op.cit.*

5 R. Wikkramatileke, "Federal Land Development in West Malaysia", *Pacific View Point*. Vol. 13, No. 1, May, 1972, h.84.

6 Hairi Abdullah, "Agricultural CoIonization: Satu Konsep Peneroka Tanah Baru" dalam *Jurnal Antropologi dan Sosiologi*, Persatuan Kajimanasia dan Kajimasyarakat, Universiti Kebangsaan Malaysia, Kuala Lumpur, Jilid III, 1973-74, h. 36-37.

7 Wan Mohd. Rafaei Hj. Wan Abd. Rahman, "Peranan Penggerakan Pencapaian Dalam Rancangan Felda", dalam *Syarahan Felda: Satu pengenalan ringkas terhadap masyarakat desa dari segi struktur, organisasi dan masalah*, Jabatan Antropo-

halang pencapaian kemajuan yang licin, (Wikkramatileke, 1972)⁸ dan ketidakmampuan mewujudkan satu sekitaran sosio-psikologi yang optima bagi perubahan yang memungkinkan satu generasi peneroka-peneroka yang sanggup berdikari, berdaya-usaha kreatif dan inovatif dapat dilahirkan.⁹

Pernyataan Menteri yang berkenaan sendiri memperakukan hakikat ini: “... Peneroka-peneroka Felda menerima hasil yang lebih dari lumayan tetapi diukur dari nilai cara berfikir dan ciri-ciri kehidupan mereka adalah tidak seimbang dengan nilai kewangan yang telah mereka dapati... Ini terjadi akibat daripada mentaliti dan cara berfikir rakyat (peneroka) belum tiba kepada hakikat atau ‘standard’ yang dikehendaki...”¹⁰

Jelaslah bahawa tidak ada kejayaan yang sebenarnya bagi Felda sekiranya ia tidak berjaya dari segi pembangunan sosial dan mental penerokanya. Kegagalan peneroka mewujudkan cara berfikir dan sikap yang progresif adalah kegagalan Felda. Dimanakah letaknya kegagalan ini? Oleh kerana Felda merupakan satu agen perubahan yang mencoba merobah dengan cara ‘*package innovations*’, mungkinkah umbi kegagalan ini terletak pada cara komunikasi inovasi¹¹ yang pincang? Kertas ini bertujuan untuk:

- (i) melihat betapa berkesannya proses komunikasi inovasi Felda melalui persepsi peneroka-peneroka (anggapan fahaman menurut akliah/fikiran peneroka-peneroka) terhadap beberapa inovasi dengan merujuk kepada kes rancangan Felda L.B. Johnson dan Sendayan;
- (ii) merumus beberapa implikasi dari persepsi inovasi peserta ke atas tujuan Felda mewujudkan masyarakat peladang yang moden.

Proses Komunikasi dan Perubahan Sosial:¹²

Kertas ini tidak mengandaikan bahawa persepsi dan komunikasi inovasi adalah satu-satunya faktor yang menentukan kejayaan sesuatu program perubahan sosial. Tentunya persepsi inovasi cuma merupakan sebahagian kisah komunikasi dalam episode pembangunan sosial dan men-

logi dan Sosiologi, Universiti Kebangsaan Malaysia, Kuala Lumpur, Monogراف (2), Mac 1975, h. 1-8.

8 R. Wikkramatileke, 1972, *Op.cit*, h. 78-79.

9 G. Sivalingam, 1973, *Op. cit*, h. 304-306.

10 Y.B. Datuk Asri Hj. Muda, 1976, *Op. cit*.

11 Inovasi ditakrifkan sebagai suatu idea, amalan atau objek yang dianggap baru oleh seseorang individu.

12 Perubahan sosial (*social change*) ialah proses yang memungkinkan perubahan-perubahan berlaku dalam struktur dan fungsi sesuatu sistem sosial. Modenisasi ialah proses yang memungkinkan individu-individu berubah dari cara hidup tradisional kepada cara hidup yang lebih kompleks, deras dan lebih maju teknologinya (E.M. Rogers dan F.F. Shoemaker, *Communication of Innovations*, Free Press, 1971).

tal sesebuah komuniti. Dalam proses pembangunan sosial ada berbagai-bagai faktor lain yang mempengaruhi (umpamanya dasar, pentadbiran, ciri-ciri masyarakat yang hendak diubah, dan sebagainya). Dan dalam proses komunikasi juga ada unsur-unsur lain yang sama pentingnya dengan penerima (*receiver*) yang persepsinya terhadap inovasi menjadi isi kertas ini. Elemen-elemen itu ialah sumber (*source*), utusan (*message*) dan saluran (*channels*). Unsur-unsur inilah yang terlibat dalam berbagai-bagai aspek proses-proses keputusan (*decisions*) si penerima yang secara keseluruhannya mewujudkan perubahan sosial.¹³ Jadi komunikasi inovasi di rancangan tanah Felda dapatlah ditakrifkan sebagai proses yang memungkinkan utusan (pengetahuan mengenai inovasi) dipindahkan atau disampaikan dari sumber (pembuat-pembuat dasar Felda) kepada penerima (peneroka-peneroka) melalui saluran-saluran tertentu (seperti Pegawai-pegawai "field", ketua-ketua Blok dan Jawatankuasa Kemajuan Rancangan).¹⁴

Tetapi untuk memudahkan perbincangan, kertas ini tidaklah bertujuan untuk memusatkan perbincangan kepada elemen-elemen sumber dan saluran-saluran komunikasi. Fokus penulis ialah penerima dan 'utusan' (peneroka dan keterangan/pengetahuan) yang diterimanya mengenai inovasi. Ini adalah sesuai dengan tujuan komunikasi dalam satu-satu program '*directed contact change*' seperti Felda dimana tugas komunikasi ialah untuk menghasilkan kesan-kesan tertentu kepada si penerima. Kesan-kesan ini ialah perubahan, iaitu perubahan pengetahuan si penerima mengenai sesuatu '*idea*', perubahan dalam sikapnya terhadap '*idea*' itu, atau perubahan dalam perlakuan '*overt*'nya. Jadi untuk tujuan ini, komunikasi bolehlah dimengertikan sebagai "penyampaian faktor-faktor, arahan-arahan dan idea-idea dari satu fikiran ke satu fikiran (*from mind to mind*)". Komunikasi belum berlaku selagi utusan hanya sampai kepada diri si penerima tetapi tidak sampai ke fikirannya.¹⁵ Untuk mengetahui samada isi utusan telah dikomunikasikan ke fikiran penerimanya kita memerlukan maklumbalas (*feedback*). Maklumbalas ialah gerakbalas (*response*) dari si pe-

13 E.M. Rogers dan F.F. Shoemaker, 1971, *Ibid*, h. 11.

14 Lebih terperinci lagi saluran-saluran komunikasi yang digunakan oleh Felda terbahagi kepada dua kategori:

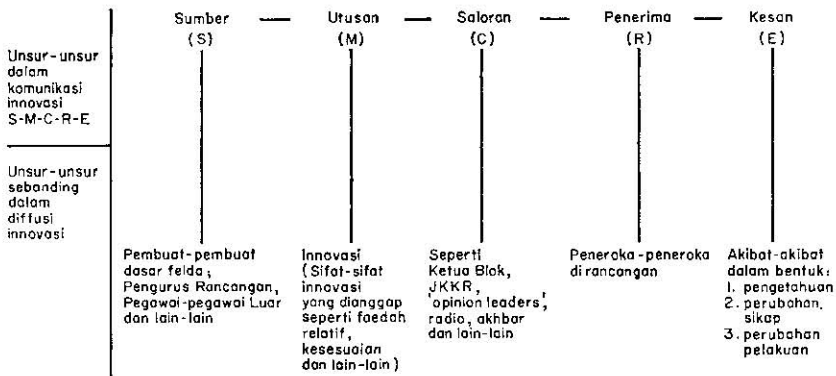
1. *Mass-media*: komponen-komponen utamanya ialah edaran (circulars), majallah *Peneroka*, akhbar-akhbar tempatan dan radio.
2. *Interpersonal*: terdiri dari pertemuan semuka (*face to face meetings*), pengumuman-pengumuman di Mesjid Rancangan selepas sembahyang Jumaat, dan pengumuman-pengumuman dalam perjumpaan-perjumpaan khas di Balai Raya Rancangan.

Lihat, Amriah Buang, *The L.B. Johnson and Sendayan Schemes: A Study in the Communication of Innovation in Two Settlement Schemes Peninsular Malaysia*; Jabatan Geografi, Universiti Massey, New Zealand, 1974, (Tisis M.A. yang tidak diterbitkan), h. 48-49.

15 Abdul Manap Ahmad, *Communications—Internal and External Linkages*, kertas kerja yang dibentangkan dalam Seminar National Agricultural Research Management, April 26-30, di Universiti Pertanian Malaysia.

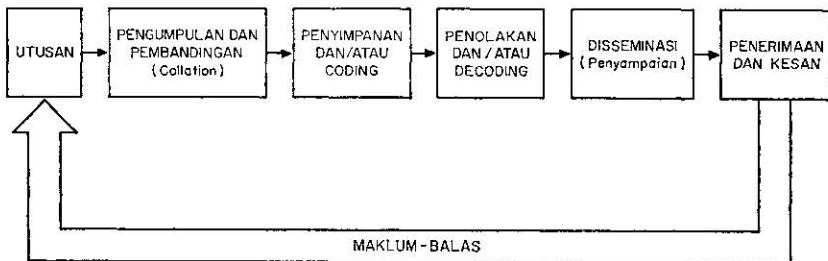
nerima kepada utusan dari sumber. Persepsi si penerima terhadap utusan adalah satu bentuk maklumbalas ini. Oleh itu pengetahuan mengenai persepsi peneroka-peneroka terhadap inovasi-inovasi yang dikemukakan oleh Felda adalah *basic* kepada memahami betapa berkesannya proses komunikasi di rancangan-rancangan tanah Felda.

Dari kacamata persepsi si penerima, proses komunikasi yang sebenarnya tidaklah semudah yang dimodelkan dalam Rajah I. Sebelum menerima utusan dari sumber, idea-idea mengenai utusan itu akan dikumpul, dibanding dan ditapis terlebih dahulu oleh si penerima (Rajah II). Aktiviti-aktiviti inilah yang menerangkan mengapa si penerima mungkin mempunyai persepsi yang berlainan daripada sumber mengenai sesuatu utusan itu.



Rajah I: Unsur-unsur dalam proses komunikasi inovasi di rancangan tanah Felda.

Sumber: Disesaikan dari E.M. Rogers dan F.F. Shoemaker, 1971, *Communication of Innovations*, Fall Press, m.s. 20, Rajah 1-2.



Rajah II: Fungsi-fungsi persepsi dalam proses komunikasi.

Sumber: Disesuaikan dari Abd. Manap Ahmad, 1976, *Communication-Internal and External Linkages*, m.s. 7, Rajah 2.

**Persepsi inovasi peneroka-peneroka Felda
L.B. Johnson dan Sendayan, Negeri Sembilan**

Satu-satu inovasi yang dikemukakan tentulah mempunyai tujuan-tujuan yang khusus. Satu cara untuk menilai kejayaan komunikasi ialah dengan memeriksa samada tujuan inovasi seperti yang dimaksudkan oleh sumber inovasi itu benar-benar sampai kepada fahaman si penerima. Sekiranya persepsi si penerima terhadap inovasi itu tidak selaras dengan persepsi sumber maka akan wujudlah jurang dalam komunikasi yang seterusnya akan melemahkan seluruh program modernisasi itu.

Satu sample peneroka-peneroka Felda L.B. Johnson dan Sendayan¹⁶ telah ditanyakan apakah yang mereka fahami dengan tujuan perancangan keluarga, Jawatankuasa Kemajuan Rancangan (JKKR), Syarikat Kerjasama Serbaguna, Rancangan Radio Felda dan peranan ketua-ketua Blok.¹⁷ Jawapan-jawapan mereka adalah sebagai berikut:

Inovasi 1: Perancangan Keluarga

Tujuan perancang Keluarga menurut persepsi Fleda¹⁸

1. Untuk menjarakkan kelahiran supaya kesehatan ibu dapat dipelihara.
2. Untuk membolehkan ibubapa merancang saiz keluarga berdasarkan kemampuan kewangan an mereka.
3. Untuk menjamin bahawa setiap anak mendapat perhatian dan pendidikan yang sewajarnya.

Tujuan Perancang Keluarga menurut persepsi peneroka

- 01 Untuk mengurangkan bilangan anak yang boleh dipunyai oleh satu-satu keluarga.
- 02 Untuk menjarakkan kelahiran anak.
- 03 Untuk memelihara kesehatan ibu.
- 04 Untuk memperbaiki taraf hidup peneroka.
- 05 Untuk membolehkan isteri peneroka membantunya menoreh getah.
- 06 Untuk mengurangkan bilangan orang Melayu di negara ini.

¹⁶ Sample peserta-peserta bersifat rambang pada asasnya meskipun telah dipastikan bahawa sample itu mewakili ketiga-tiga peringkat dalam rancangan-rancangan itu. Kesemua peneroka yang ditemuduga adalah dari keturunan Melayu: 35 orang dari rancangan L.B. Johnson dan 36 dari Sendayan, atau 11% dari jumlah penduduk di rancangan-rancangan tersebut. Kajiilidkan ini dijalankan pada tahun 1974 untuk menyediakan thesis Sarjana Sastera (Ilmu Alam), Universiti Massey, Palmerston North, New Zealand.

¹⁷ Kawasan perkampungan dalam tiap rancangan terbahagi kepada peringkat-peringkat (blok) yang terdiri dari 20 hingga 30 rumah dan diketuai oleh seorang Ketua yang dilantik.

¹⁸ *Peneroka*, 1970, Vol. 2, no. 5, (majalah bulanan terbitan Felda)

Lebih terperinci lagi, persepsi peneroka terhadap inovasi ini adalah seperti pada Jadual I.

JADUAL I
PERSEPSI PENEROKA MENGENAI TUJUAN
PERANCANG KELUARGA

Kod persepsi peneroka mengenai tujuan perancang keluarga	L.B. Johnson		Sendayan	
	Bil.	%	Bil.	%
01	10	29	4	11
02	5	14	9	24
03	4	11	1	3
04	8	23	10	27
05	1	3	-	-
06	2	6	4	11
Jumlah responden	30	86	28	78

Hampir semua peneroka di rancangan L.B. Johnson dan Sendayan telah pernah mendengar tentang perancangan keluarga, dan menyedari bahawa pil perancang keluarga untuk suri rumahtangga boleh didapati di klinik rancangan dengan harga 50% lebih murah daripada di tempat-tempat lain. Tetapi jadual di atas menunjukkan bahawa tidak semua pengamal-pengamal inovasi ini memahami tujuan inovasi seperti yang dimaksudkan oleh Felda. Persepsi 01 dan 06 merupakan tafsiran yang tidak tepat, dan persepsi 05 tidak mewakili tujuan langsung inovasi ini. Selain itu, 11% responden dari L.B. Johnson dan 19% dari Sendayan merasakan bahawa tujuan sebenarnya inovasi ini tidak jelas.

Inovasi 2: Jawatankuasa Kemajuan Rancangan (JKKR)

Dari Sendayan 97% responden melaporkan pernah mendengar tentang JKKR, di Rancangan L.B. Johnson, 86%. Bagaimanapun 26% responden di Sendayan dan 23% di L.B. Johnson menyatakan tujuan inovasi ini tidak begitu jelas kepada mereka, dan yang lainnya memberikan jawapan sebagai berikut:

Tujuan JKKR menurut persepsi Felda¹⁹

1. Untuk menggalakkan penyertaan peneroka melalui amalan-amalan demokrasi, dalam pen-

Tujuan JKKR menurut persepsi peneroka

- 01 Untuk menjadi sumber maklumat kepada peneroka.
- 02 Untuk memperbaiki peneroka.

¹⁹ *Peneroka*, 1970, Vol. 2, no. 2.

Tujuan JKRR menurut persepsi Fel-da

- tadbiran yang melibatkan kepentingan dan kebajikan komuniti peneroka.
- 2. Untuk memberikan perhatian utama kepada memesatkan pembangunan sosio-ekonomi di rancangan.
- 3. Untuk menyambung jurang komunikasi antara peneroka dan pengurusan.
- 4. Untuk mencari, dengan cara yang teratur, penyelesaian masalah-masalah peneroka menerusi mesyuarat dan tindakan bersama.
- 5. Untuk membina satu masyarakat tani yang bersatu berasaskan amalan nilai-nilai baru yang berfaedah.

Tujuan JKRR menurut persepsi peneroka

- 03 Untuk memberi panduan kepada peneroka.
- 04 Untuk faedah peneroka di rancangan.
- 05 Untuk menerima pengaduan-pengaduan peneroka.
- 06 Untuk menasihati peneroka.
- 07 Untuk membina rancangan yang maju.
- 08 Untuk mentadbirkan hal ehwal rancangan.
- 09 Untuk merancang masa depan rancangan.
- 010 Untuk mengadakan mesyuarat-mesyuarat.
- 011 Untuk mengaturkan kerja-kerja gotong royong.

Persepsi peneroka secara terperinci terhadap inovasi ini adalah seperti dalam Jadual II.

JADUAL II
PERSEPSI PENEROKA MENGENAI TUJUAN JKRR

Kod persepsi peneroka mengenai tujuan JKRR	L.B. Johnson		Sendayan	
	Bil.	%	Bil.	%
01	1	3	1	3
02	7	20	5	14
03	1	3	1	3
04	2	6	2	5
05	1	3	3	8
06	-	-	2	5
07	3	8	-	-
08	4	11	3	8
09	2	6	1	3
010	1	3	1	3
011	1	3	7	19
Jumlah responden	23	66	26	71

Dalam kes inovasi ini, adalah sukar untuk diasingkan persepsi-persepsi peneroka yang dapat dianggap samasekali tidak tepat dengan persepsi Felda. Misalnya kita tidak dapat menyatakan dengan mutlak bahawa persepsi-persepsi peneroka 06, 08 dan 010 tidak mempunyai hubungan kebenaran dengan tujuan-tujuan JKKR seperti yang ditanggap oleh Felda. Sebaliknya pula kita juga tidak merasakan kebenaran yang jitu dan pasti sekiranya kita menganggap persepsi-persepsi peneroka ini sebagai menepati tujuan-tujuannya yang dimaksudkan oleh Felda.

Inovasi 3: Syarikat Kerjasama Serbaguna

Sembilan puluh peratus responden di rancangan L.B. Johnson dan 95% di Sendayan menyedari akan adanya syarikat kerjasama di rancangan mereka. Bagaimanapun hanya 37% di L.B. Johnson 60% di Sendayan yang menjadi ahli-ahli yang berdaftar syarikat-syarikat kerjasama di rancangan masing-masing, meskipun kebanyakan mereka bersetuju bahawa mereka harus menyokong perjalanan syarikat dengan menjadi ahlinya. Sejak penubuhannya syarikat-syarikat di kedua-dua rancangan telah mencatatkan sejarah yang sedih.²⁰ Apakah sebabnya? Pernyataan yang kecil, penyalahadbiran dan penyalahgunaan adalah masalah-masalah utama inovasi; dan tak dapat tiada adalah juga masalah persepsi peneroka. Berikut ialah persepsi-persepsi peneroka Felda L.B. Johnson dan Sendayan mengenai tujuan dan fungsi syarikat-syarikat kerjasama di rancangan mereka:

Tujuan Syarikat Kerjasama Serbaguna menurut persepsi Felda²¹

1. Untuk menanamkan di kalangan peneroka-peneroka tabiat suka menyimpan sebahagian pendapatan.
2. Untuk mengumpulkan modal bagi tujuan-tujuan perniagaan.
3. Untuk mengadakan kemudahan-kemudahan menyimpan, memproses dan memasarkan hasil tani peneroka.

Tujuan Syarikat Kerjasama Serbaguna menurut persepsi peneroka

- 01 Untuk mencari untung.
- 02 Untuk memudahkan peneroka-peneroka membeli barang-barang keperluan harian.
- 03 Untuk menghalang lain-lain pihak membuka kedai di rancangan.
- 04 Untuk menggalakkan penyeretaan bumiputra dalam perniagaan.

²⁰ Untuk keterangan lanjut, lihat misalnya, Mohd. Thabit Mohd. Salleh, *The Establishment of the Multipurpose Cooperative Societies in FLDA Schemes with special reference to the Retail Shop operation of Sendayan Multipurpose Cooperations Society, Negeri Sembilan*, Dissertasi yang tidak diterbitkan, dikemukakan kepada Universiti Malaya sebagai memenuhi sebahagian syarat Ijazah Sarjanamuda Ekonomi dan Pentadbiran, 1969/70; Amriah Buang, *op. cit.*, h. 74-76.

²¹ *Peneroka*, 1973, vol. 5, no. 10.

Tujuan Syarikat Kerjasama Serbaguna menurut persepsi Felda

4. Untuk mengendalikan barang-barang keperluan harian peneroka.

Tujuan Syarikat Kerjasama Serbaguna menurut persepsi peneroka

- 05 Untuk melatih peneroka-peneroka menguruskan perniagaan.
- 06 Untuk kemajuan Melayu.
- 07 Untuk menggalakkan kerjasama di kalangan peneroka.
- 08 Untuk menawarkan harga-harga barangan yang lebih murah.
- 09 Untuk membahagikan keuntungan kepada ahli.
- 010 Untuk menolong peneroka.
- 011 Untuk meninggikan taraf hidup.
- 012 Untuk menyampaikan maklumat.
- 013 Untuk menghalang orang tengah dari berniaga di dalam rancangan.
- 014 Untuk memberikan pinjaman kepada peneroka.

Jadual III mengemukakan persepsi-persepsi peneroka dengan lebih terperinci.

Dapatlah dirumuskan bahawa persepsi 01, 03, 09, 012, 013 dan 014 adalah tidak menepati tujuan sebenar syarikat kerjasama seperti yang dimaksudkan oleh sumber inovasi itu. Di samping itu 31% responden dari L.B. Johnson dan 8% dari Sendayan merasakan tujuan inovasi itu tidak jelas.

Inovasi 4: Siaran Radio Felda²²

Berkomunikasi dengan peneroka menerusi radio adalah satu lagi inovasi Felda. Tujuh puluh empat peratus responden dari L.B. Johnson dan 61% dari Sendayan menyedari akan adanya inovasi ini. Persepsi mereka mengenai tujuan inovasi ini adalah seperti berikut:

²² Selain dari maklumat-maklumat umum yang disulamkan dari semasa ke semasa dalam berbagai-bagai rancangan Radio Malaysia, terdapat dua rancangan yang digubah khas untuk peneroka-peneroka Felda iaitu "Fajar di Bumi Permata" (lakonan yang menggambarkan watak-watak peneroka) dan "Desa Jaya" (temuramah dengan peneroka-peneroka yang dianggap oleh Felda patut dijadikan contoh).

JADUAL III
PERSEPSI PENEROKA MENGENAI TUJUAN
SYARIKAT KERJASAMA SERBAGUNA

Kod persepsi peneroka mengenai tujuan Syarikat Kerjasama	L.B. Johnson		Sendayan	
	Bil.	%	Bil.	%
01	3	8	4	11
02	3	8	6	16
03	—	—	1	3
04	—	—	2	5
05	1	3	2	5
06	—	—	2	5
07	—	—	4	11
08	—	—	4	11
09	1	3	2	5
010	1	3	1	3
011	8	22	1	3
012	1	3	1	3
013	2	6	1	3
014	1	3	1	3
Jumlah responden	21	59	32	87

Tujuan rancangan-rancangan radio Felda menurut persepsi Felda²³

1. Untuk berfungsi sebagai perantaraan yang efektif dalam menyampaikan maklumat, nasehat dan pengetahuan kepada peneroka.
2. Untuk menyedarkan peneroka bahawa sebagai sebahagian dari masyarakat terbesar mereka juga diberikan perhatian yang sama oleh kerajaan dari segi pembangunan ekonomi.
3. Untuk menggalakkan peneroka memperbaiki taraf hidup mereka dengan menunjukkan kepercayaan-kepercayaan dan amalan-amalan yang lama, dan dengan menunjukkan contoh-contoh peneroka yang telah berjaya.
4. Untuk menjadi sumber hiburan kepada masyarakat peneroka.

Tujuan rancangan-rancangan radio Felda menurut persepsi peneroka

- 01 Untuk hiburan.
- 02 Untuk memberi maklumat.
- 03 Untuk menyedarkan peneroka akan kesalahan-kesalahan mereka.
- 04 Untuk menggalakkan peneroka berlaku jujur.
- 05 Untuk menggalakkan peneroka.
- 06 Untuk memberi amaran kepada peneroka akan denda-denda kerana kesalahan yang dilakukan.
- 07 Untuk mengajar peneroka bagaimana harus hidup.
- 08 Untuk jadi bahan propaganda.
- 09 Untuk jadi sindiran.
- 010 Untuk menasihatkan peneroka.

²³ *Peneroka*, 1973, Vol. 5, no. 10.

Persepsi peneroka secara lebih terperinci adalah seperti dalam Jadual IV

JADUAL IV
PERSEPSI PENEROKA MENGENAI TUJUAN
RANCANGAN-RANCANGAN RADIO FELDA

Kod persepsi peneroka mengenai tujuan rancangan-rancangan Radio Felda	L.B. Johnson		Sendayan	
	Bil.	%	Bil.	%
01	3	8	2	5
02	4	11	6	16
03	2	6	3	8
04	1	3	1	3
05	3	8	3	8
06	1	3	1	3
07	1	3	1	3
08	1	3	2	5
09	1	3	1	3
010	4	11	1	3
Jumlah responden	21	59	21	57

Butir-butir menunjukkan bahawa kira-kira 15% responden di rancangan L.B. Johnson dan 4% di Sendayan menganggap tujuan inovasi ini tidak jelas. Dalam pada itu 26% responden di L.B. Johnson dan 39% di Sendayan tidak menyedari adanya inovasi rancangan-rancangan radio Felda yang dimaksudkan khas untuk mereka. Persepsi 06, 07, 08 dan 09 adalah tidak begitu menepati tujuan inovasi ini seperti yang dikehendaki oleh Felda.

Inovasi 5: Peranan Ketua Blok

Ketua-ketua Blok adalah saluran komunikasi antara Felda dan peneroka. Dengan demikian peranan mereka adalah sangat kritikal dalam menentukan betapa berkesan dan berjayanya proses komunikasi antara sumber dan si penerima inovasi. Untuk menjamin agar Ketua-ketua Blok ini dapat berfungsi dengan cekap dan licin pihak yang mengemukakan inovasi dan pihak yang menerimanya haruslah mempunyai pandangan yang selaras mengenai peranan-peranan Ketua Blok ini. Keadaan sebenarnya yang berlaku di rancangan L.B. Johnson dan Sendayan adalah sebagai berikut:

Peranan Ketua-Ketua Blok menurut persepsi Felda²⁴

1. Menghadiri mesyuarat-mesyuarat Ketua Blok, memaklumi arahan-arahan dan keputusan-keputusan dari pihak pengurusan atau dari Ibu Pejabat Felda dan menyampaikan utusan-utusan itu kepada peneroka-peneroka di dalam bloknya.
2. Menghadiri mesyuarat-mesyuarat JKKR, menyertai dalam perbincangan-perbincangan mesyuarat itu dan menyampaikan resolusi-resolusi JKKR kepada peneroka-peneroka di dalam bloknya.
3. Mengawas kebersihan kawasan dan kebun getah peneroka-peneroka berkenaan dan mengatur mereka untuk kerja-kerja gotong royong.
4. Mengawas peneroka-peneroka bagi menjalankan projek-projek ekonomi yang kecil dan membangunkan tanah simpanan untuk dusun buah-buahan.
5. Menghadiri, bilamana dikehendaki, kursus-kursus latihan yang dianjurkan oleh Felda, melawat dan memerhatikan perjalanan rancangan-rancangan Felda lainnya.
6. Mengawasi peneroka-peneroka yang tidak tinggal tetap di dalam rancangan dan melaporkan kepada pengurusan peneroka-peneroka yang enggan bekerjasama atau tidak bertanggungjawab.

Peranan Ketua-Ketua Blok menurut persepsi peneroka

- 01 Menyampaikan sungutan-sungutan peneroka kepada Felda.
- 02 Melaporkan perihal peneroka kepada Felda.
- 03 Memudahkan Felda mengawal peneroka.
- 04 Menyampaikan maklumat-maklumat dari Felda kepada peneroka.
- 05 Menjalankan sebahagian tanggungjawab Felda.
- 06 Memikul beban menghadapi peneroka.
- 07 Menasihati peneroka-peneroka.
- 08 Mewujudkan keamanan di rancangan.
- 09 Menyatukan peneroka melalui gotong royong.
- 010 Membangunkan rancangan.

24 *Peneroka*, 1973, Vol. 5, no. 10.

Jadual V mengemukakan persepsi peneroka ini dengan lebih terperinci lagi.

JADUAL V
PERSEPSI PENEROKA MENGENAI PERANAN KETUA BLOK

Peranan Ketua-ketua Blok menurut persepsi peneroka	L.B. Johnson		Sendayan	
	Bil.	%	Bil.	%
01	3	8	2	5
02	1	3	1	3
03	3	8	6	16
04	3	8	2	5
05	3	8	4	11
06	2	6	2	5
07	2	6	2	5
08	1	3	2	5
09	1	3	2	5
010	2	6	2	5
Jumlah responden	21	59	25	65

Perangkaan di atas menunjukkan bahawa persepsi-persepsi 01, 03, 05 dan 06 tidak menepati persepsi Felda. Selain dari itu, 11% responden dari L.B. Johnson dan 3% dari Sendayan tidak menyedari adanya inovasi ini. Sementara itu 30% responden dari L.B. Johnson dan 32% dari Sendaya merumuskan bahawa tujuan peranan Ketua-Ketua Blok tidaklah jelas.

Persepsi dan modernisasi tani

Persepsi inovasi di kalangan para peneroka Felda L.B. Johnson dan Sendayan menunjukkan tiga situasi yang menonjol dalam proses komunikasi Felda-peneroka:

1. Golongan peneroka yang tidak menyedari akan adanya inovasi-inovasi tersebut.
2. Golongan peneroka yang menyedari adanya inovasi-inovasi tersebut tetapi tidak jelas akan tujuan-tujuannya.
3. Golongan peneroka-peneroka yang mengetahui tentang inovasi-inovasi berkenaan tetapi menyalah-tafsirkan tujuan, berbeda daripada yang dimaksudkan oleh Felda.

Sekiranya situasi-situasi ini dapat diringkaskan-rumuskan maka anggaran kasar jurang komunikasi inovasi-inovasi perancang keluarga, JKRR, Syarikat Kerjasama Serbaguna, rancangan Radio Felda dan peranan Ketua Blok dapat digambarkan seperti dalam Jadual VI dan Rajah III. Tentunya jurang persepsi peneroka menambahkan satu kadar yang bererti kepada keseluruhan jurang komunikasi dalam hampir semua inovasi yang diuta-

ANGGARAN JUKRANG KOMUNIKASI INNOVASI DI RANCANGAN FELDA L.B. JOHNSON DAN SENDAYAN

A INNOVASI	B RANCANGAN	C Peneroka tidak menyedari ada- nyanya inovasi (%)	D Peneroka mera- sakan tujuan inovasi tidak jelas (%)	E Peneroka mengetahui tentang inovasi tapi menyalah-tafsirkan tujuannya — (jurang persepsi) (%)	F Keseluruhan ju- rang kommu- nikasi (%)	G Peneroka mengetahui tentang inovasi dan per- sepsi terhadap tujuan inovasi selaras dengan persepsi Felda (%)
1 Perancang keluarga	L.B. Johnson	3	11	35*	49	51
	Sendayan	3	19	22*	44	56
2 Jawatankuasa Kemajuan Rancangan	L.B. Johnson	14	23	?**	37 (?) ^y	63 (?) ^y
	Sendayan	3	26	?**	29 (?) ^y	71 (?) ^y
3 Syarikat Kerjasama Serbaguna	L.B. Johnson	10	31	23 ⁺	64	36
	Sendayan	5	8	28 ⁺	41	59
4 Rancangan Radio Felda	L.B. Johnson	26	15	12 [#]	53	47
	Sendayan	39	4	14 [#]	57	43
5 Peranan Ketua-ketua Blok	L.B. Johnson	11	30	30 ^x	71	29
	Sendayan	3	32	37 ^x	72	28
MIN ($X = \frac{\sum x}{n}$)	L.B. Johnson	12.8	22	25 ^y	59.25 ^z	40.75 ^t
	Sendayan	10.6	19.8	25.2 ^y	53.5 ^z	46.5 ^t

* Persepsi-persepsi 01, 06

** Ada 2 alternatif mengenai sikap yang boleh diambil terhadap jurang persepsi peserta bagi inovasi ini:

(i) menganggap bahawa semua persepsi-persepsi responden mencerminkan ketidak-selaraskan dengan persepsi Felda disebabkan oleh kekaburan persepsi-persepsi itu (. : Jurang persepsi ialah 63% bagi L.B. Johnson dan 71% bagi Sendayan).

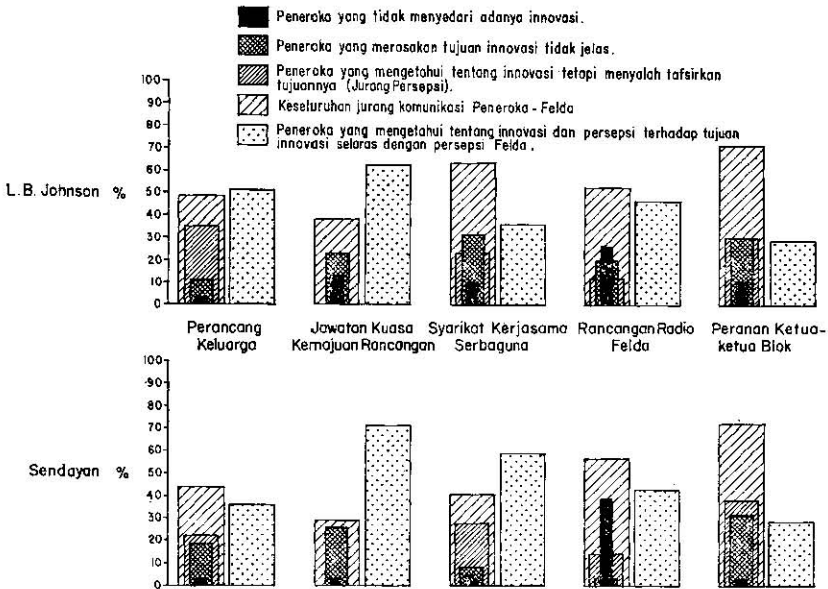
(ii) menganggap bahawa kekaburan pernyataan persepsi responden adalah cuma masalah bahasa bukan masalah pemahaman (. : jurang persepsi adalah 0 bagi kedua-dua rancangan).

+ Persepsi-persepsi 01, 03, 09, 012, 013, 014 y tidak mengambilkira 2E

Persepsi-persepsi 06, 07, 08, 09 z tidak mengambilkira 2F

x Persepsi-persepsi 01, 03, 05, 06 t tidak mengambilkira 2G

rakan. Bagi inovasi-inovasi perancang keluarga, Syarikat Kerjasama, rancangan radio Felda dan Ketua Blok, min jurang komunikasi ialah 54% hingga 59% berbanding dengan min kejayaan komunikasi, iaitu 41% hingga 46%, bagi kedua-dua rancangan.



Rajah III: Gambarah Geraf Bar Jurang Komunikasi Beberapa Inovasi di rancangan Felda L.B. Johnson dan Sendayan, Negeri Sembilan.

Nota: Ilustrasi bagi inovasi Jawatankuasa Kemajuan Rancangan adalah berdasarkan andaian bahawa 'Jurang Persepsi' inovasi adalah 0.

Kes inovasi JKKR memperlihatkan satu situasi dimana jurang persepsi peneroka adalah dalam bentuk pernyataan yang kabur. Misalnya, peneroka-peneroka menyatakan bahawa tujuan JKKR ialah untuk membaiki peneroka, memberi panduan dan untuk faedah peneroka tetapi apakah yang perlu diperbaiki dan dipandu tidaklah jelas. Kepada para peneroka, 'faedah' mungkin berlainan daripada makna 'faedah' yang dimaksudkan oleh sumber inovasi. Peneroka juga menyatakan bahawa tujuan JKKR ialah untuk 'menasehati peneroka' dan 'merancang masa depan rancangan', tetapi kejadian-kejadian yang sering berlaku, iaitu para peneroka 'tidak makan nasihat', mungkin menandakan bahawa apa dan bagaimana peneroka harus dinasehati menurut pandangan peneroka adalah berbeda dari pandangan Felda. Dan apa yang patut berlaku pada masa depan yang harus menjadi matlamat rancangan menurut pandangan peneroka juga tidaklah jelas. Bahawa mereka cenderung bersifat "commu-

nity orientated” disamping “self-centred” adalah sukar diyakini berdasarkan kepada sejarah malap pergerakan-pergerakan organisasi mereka.²⁵

Jelaslah bahawa sikap, nilai, pendidikan dan mungkin juga usia peneroka-peneroka juga turut mempengaruhi persepsi mereka terhadap tujuan inovasi yang didaya-usahakan oleh Felda. Dan jelaslah juga bahawa taktik, strategi dan mekanisma komunikasi inovasi Felda telah gagal mengatasi ‘barrier’ sosio-psikologi sasarannya. Mungkin Felda harus mengulang-kaji semula soal-soal bahasa, saluran dan organisasi komunikasinya agar utusan inovasinya menjadi lebih jelas dan mudah difahami oleh para peneroka. Ini adalah penting memandangkan bahawa saluran utama komunikasinya (Ketua-ketua Blok) juga mempunyai persepsi yang berbeza dari Felda mengenai peranan mereka.²⁶ Tugas ini mungkin sukar dilaksanakan kerana memang tidak dapat dinafikan bahawa inovasi-inovasi dalam bentuk ‘idea’ adalah lambat menarik minat si penerima (berbanding dengan inovasi-inovasi alat-benda), kerana darjah “*observability*”nya yang sangat rendah dan darjah “*complexity*”nya yang tinggi. Tetapi, Felda telah menerima amanah sebagai agen perubahan sosial dan ini adalah salah satu tugasnya.

Satu hal yang menjolok dari situasi komunikasi inovasi Felda di kedua-dua rancangan ini ialah bahawa kepincangan komunikasi berlaku bukan saja antara Felda dan peneroka tetapi juga antara Felda dan pemimpin-pemimpin peneroka yang bertindak sebagai saluran atau perantaraan komunikasi antara sumber dan penerima. Ketua-tua blok dan wakil-wakil peneroka yang menganggotai JKRR menghadapi konflik jangkaan peranan yang harus mereka mainkan disebabkan oleh persepsi yang berbeza oleh Felda dan peneroka terhadap peranan mereka. Konflik persepsi seperti ini mungkin melemahkan kecekapan pemimpin-pemimpin peneroka itu sebagai saluran komunikasi. Oleh kerana kecekapan saluran komunikasi juga menentukan kelicinan komunikasi maka kelemahannya akan bererti kelemahan proses komunikasi.

Selain dari mencerminkan kepincangan proses komunikasi Felda, jurang persepsi inovasi itu juga mencerminkan keadaan-keadaan yang tidak disenangi oleh peneroka pada peringkat pembentukan dasar Felda berhubung dengan modernisasi peneroka. Timbulnya persepsi-persepsi peneroka yang tidak selaras, bahkan bertentangan dengan maksud Felda seperti dalam kes inovasi-inovasi perancang keluarga (persepsi-persepsi 01 dan 06), syarikat kerjasama serbaguna (persepsi-persepsi 01, 03, 09, 012, 013, 014), rancangan radio Felda (persepsi-persepsi 06, 07, 08, 09) dan peranan Ketua Blok (01, 03, 05, 06) menunjukkan bahawa ada sesuatu pada utusan inovasi-inovasi itu yang tidak sesuai dengan nilai-nilai pene-

25 Umpamanya organisasi Syarikat Kerjasama dan Persatuan Belia, malah JKRR sendiri.

26 Amriah Buang, 1974, *op. cit.*, h. 72.

roka, atau tidak menemui keperluan mereka yang sebenarnya (*felt-needs*), atau tidak diperhitungkan dari pihak mereka (tidak *receiver-orientated*). Kegagalan dalam menilai kesesuaian (*compatibility*) utusan inovasi, sejauhmana inovasi itu menjawab keperluan-keperluan yang dirasakan oleh penerimanya dan samada inovasi itu bersifat "*receiver-orientated*" seringkali membawa kepada kegagalan seluruh proses komunikasi inovasi.²⁷

Kes inovasi-inovasi berbentuk organisasi seperti Syarikat Kerjasama Serbaguna, sistem blok dan JKRR menunjukkan bahawa peneroka sebagai penerima inovasi mempunyai pengertian dan pengharapan mereka sendiri tentang bagaimana organisasi-organisasi ini harus berkhidmat kepada mereka. Malangnya harapan dan jangkauan mereka ini adalah bertentangan dengan rencana dan rancangan Felda. Mungkin Felda perlu memikirkan semula tentang '*rationale*', '*tactic*' dan '*strategy*' inovasi berbentuk organisasi ini kerana pengalaman menunjukkan bahawa organisasi-organisasi ini gagal "... disebabkan hakikat mereka ini dianjurkan dari atas dengan cara yang agak "artificial" dan bukannya tumbuh sendiri dari bawah untuk memenuhi kehendak-kehendak dan kepentingan-kepentingan peneroka sendiri."²⁸

Kita mungkin mengatakan bahawa soal komunikasi dan persepsi peneroka terhadap inovasi-inovasi Felda adalah terlalu dibesar-besarkan. Kita mungkin perlu mengakui hakikat bahawa ciri-ciri individu peneroka sendiri memberikan kesan yang besar terhadap kemampuannya memahami inovasi. Tentulah tidak banyak yang dapat dilakukan sekiranya usia, minat, cita-cita, pengetahuan dan orientasi sikap dan nilai peneroka sendiri tidak menggalakkan gerak-balas yang positif terhadap inovasi. Tambahan pula, modernisasi mental merupakan suatu proses yang memakan masa yang lama; dan menilai kejayaan Felda dari segi pembangunan mentaliti penerokanya pada masa ini adalah terlalu terburu-buru.

Dan kita boleh menjawab bahawa oleh kerana usia, minat, cita-cita, pengetahuan dan orientasi sikap dan nilai peneroka yang sedemikian rupalah maka perhatian dan layanan yang lebih serius dan teliti terhadap persepsi peneroka sangat diperlukan, agar Felda dapat memperbaiki lagi mekanisma komunikasi, dasar, program dan cara perlaksanaan inovasinya. Bagi Felda, kegagalan memperbaiki akan mendatangkan masalah-masalah baru kerana masa merupakan *innovator* yang paling cekap.

Mungkin sekali jurang persepsi yang dipaparkan dalam penulisan ini sebenarnya hanyalah merupakan perbezaan bahasa dan perkataan, bukan perbezaan makna dan fahaman. Peneroka dapat memahami tujuan inovasi Felda seperti yang dimaksudkan, cuma taraf pendidikan mereka yang tidak *sophisticated* tidak mengizinkan mereka menyatakan fahaman mere-

27 E.M. Roger dan F.F. Shoemaker, 1971, *op. cit.*, h. 3, 4, 5, 11.

28 Syed Husin Ali, 1974, *op. cit.*, h. 53.

ka itu dalam bahasa dan perkataan yang sempurna. Yang penting ialah mereka memperlihatkan tanda-tanda kefahaman.

Bagaimanapun, yang penting ialah sebanyak atau sejauh manakah peneroka-peneroka dapat memahami tujuan inovasi-inovasi itu seperti yang dikehendaki. Kerana, sejauh mana kefahaman terhadap tujuan inovasi akan menentukan hasil tindakan terhadap inovasi itu. Gerak-balas peneroka-peneroka terhadap inovasi Ketua Blok, JKRR dan Syarikat Kerjasama Serbaguna, misalnya, jelas menunjukkan bahawa kenyataan tidak memperakukan kefahaman peneroka terhadap tujuan dan fungsi inovasi-inovasi itu. Jika mereka benar-benar memahami maksud inovasi-inovasi tersebut tentulah hasil-hasil yang diharapkan dapat dilihat. Memang mungkin ada benarnya bahawa jurang persepsi peneroka lebih merupakan perbezaan bahasa dan perkataan, tetapi terasa lebih benar lagi bahawa perbezaan bahasa dan perkataan itu sesungguhnya mencerminkan jurang persepsi.

Sesungguhnya setengah-setengah unsur persepsi si penerima adalah berpunca dari faktor-faktor *unique*, tetapi apa yang *common* dalam cara-cara peneroka menganggap inovasi-inovasi adalah lebih penting. Tidak ada masalah serius yang penyelesaiannya tidak memerlukan pengetahuan penuh mengenai cara-cara manusia menganggap, menilai dan menggunakan idea-idea baru.²⁹ Barangkali, semua, analisa-analisa perubahan sosial akhirnya wajib memusatkan perhatian kepada proses komunikasi, seperti juga halnya dengan semua penerangan mengenai pelakuan manusia. Jika tidak, faktor-faktor seperti keturunan dan bangsa akan dijadikan sebab dan jawapan bagi kegagalan Felda.³⁰

29 R. Abler, J.S. Adams, P. Gould, *Spatial Organization: The Geographer's View of the World*, Prentice/Hall Int., London, 1972 h. XIII.

30 Menurut diagnosis Wikkramatileke, "...Another feature of significance is that through demographic and economic circumstances, and not design, the majority of the earliest settler groups had to come from among the "indigenous" Malays. Malays with Thai, Indonesian or Indian culture and kinship contacts tend to display a higher level of agricultural expertise and general purposefulness than their brethren. Furthermore, the small proportion of Chinese and Indian settlers generally to be thought of as "maximisers", in contrast to their Malay compatriots who are more often than not "satisfiers", has seemingly robbed the settlement programme of vibrant and ingenious social groups..." R. Wikkramatileke, 1972, *op. cit.*, h. 79.

