

ABSTRAKSI

Permasalahan komunikasi masih menjadi hal yang utama dalam menjalankan strategi perusahaan. Hal ini yang menjadi tantangan bagi pihak peternak untuk membangun hubungan dan relasi yang baik kepada mitra yang menjadi rekan kerjasama dalam bidang peternakan. Belum adanya penelitian terkait hubungan antara perusahaan dengan pihak perusahaan di Jawa Tengah dan penelitian kualitatif maka perlu dilakukannya penelitian ini. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Penelitian ini akan berfokus terhadap persepsi narasumber yaitu pihak peternak yang menjalankan kemitraan dengan sistem closefarm di Jawa Tengah. Penelitian dilakukan di area close farm ayam broiler yang tersebar di Jawa Tengah dan sampel sebanyak 7 kandang ayam untuk mewakili area Jawa Tengah. Kuesioner berfungsi sebagai daftar pertanyaan yang diajukan kepada narasumber. Berdasarkan pengalaman dari 7 narasumber, mayoritas keputusan untuk melakukan kerjasama dengan perusahaan disebabkan karena komunikasi secara langsung interaktif dari pihak perusahaan (Interactive Communication). Komunikasi dilakukan secara formal pada tahap perjanjian kerjasama di awal sebelum bergabung menjalankan kemitraan. Ketika ada suatu masalah selama masa kerjasama, mayoritas peternak memahami dan mencari pemecahan masalah bersama dengan pihak perusahaan. Kepercayaan setiap narasumber berbeda-beda berdasarkan pengalaman setiap individu. Ada narasumber percaya dengan perusahaan karena image perusahaan, percaya dengan perusahaan karena adanya kedekatan atau Personal Bound dengan manajer Area / Supervisor / Staff.

Keyword: *Strategi Peningkatan Komunikasi, Supply Chain, Peternak Ayam Boiler*

