

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris memiliki ketergantungan yang besar pada sektor pertanian. Sektor ini tidak hanya berperan dalam menyediakan kebutuhan pangan nasional, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap perekonomian negara. Namun, dalam beberapa dekade terakhir, terjadi penurunan minat generasi muda terhadap bidang pertanian. Generasi Z, yang lahir dalam era digital dan teknologi informasi, cenderung memiliki ketertarikan yang lebih besar pada industri kreatif dan teknologi, dibandingkan dengan pertanian tradisional.

Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pendidikan dan penyebaran informasi. Penurunan minat yang terjadi kepada gen z menjadi tantangan besar bagi keberlanjutan sektor pertanian di Indonesia. Kurangnya pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya pertanian, serta pandangan bahwa pertanian adalah pekerjaan yang kurang menguntungkan dan tidak prestisius, semakin memperparah kondisi ini. Oleh karena itu, perlu adanya upaya strategis untuk meningkatkan kesadaran dan minat Gen Z terhadap bidang pertanian. Salah satu media yang potensial dalam menjangkau dan mempengaruhi Gen Z adalah platform digital, terutama YouTube. YouTube sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan Gen Z, memiliki kemampuan untuk menyajikan konten yang menarik, informatif, dan edukatif.

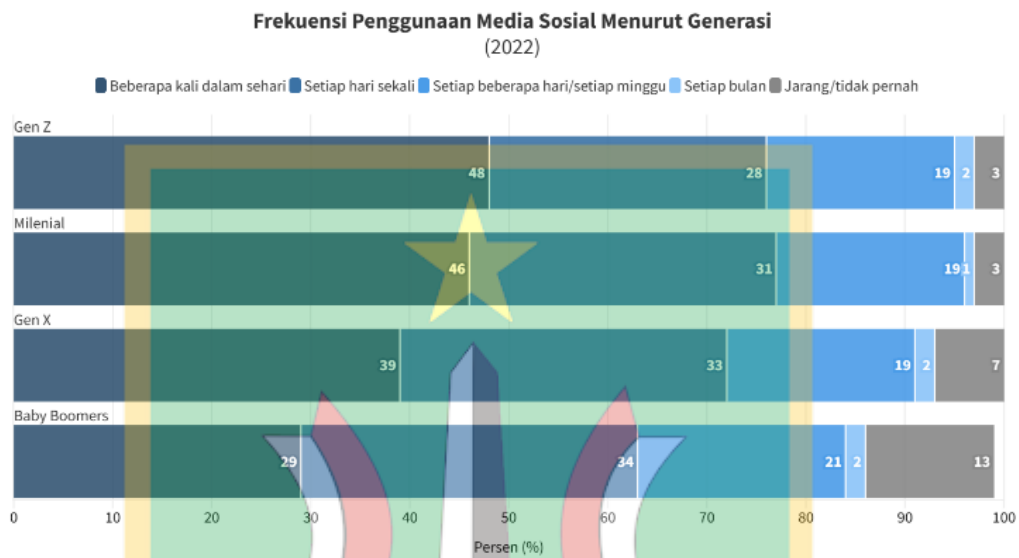
TV Tani adalah salah satu channel YouTube yang berfokus pada edukasi pertanian. Channel ini berupaya menyampaikan informasi dan pengetahuan tentang pertanian secara menarik dan mudah dipahami oleh semua kalangan, termasuk generasi Z. Dari sudut pandang Humas (Hubungan Masyarakat), TV Tani memanfaatkan berbagai strategi komunikasi untuk menarik perhatian generasi muda dan mengedukasi mereka tentang pentingnya pertanian. Seperti yang kita ketahui bahwa perkembangan zaman di Indonesia telah mengalami transformasi yang signifikan dalam berbagai aspek terutama dalam aspek teknologi. Hal ini

menyebabkan berkembangnya cara manusia untuk hidup dan berkomunikasi, contohnya seperti penggunaan *smartphone* di era modern ini untuk berkomunikasi jarak jauh melalui berbagai platform yang dapat di akses menggunakan selular maupun internet. Perkembangan teknologi ini juga sangat memudahkan manusia dalam mencari dan mendapatkan berbagai informasi melalui berbagai platform sosial media seperti YouTube, Instagram, TikTok, hingga platform mesin pencari di internet seperti Google dan Bing.

Sadya, Sarnita (2023) menulis bahwa menurut hasil riset yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui website dataindonesia.id, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang dalam periode 2022-2023. Jumlah pengguna internet ini mencakup 78,19% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 275,77 juta orang.

Adica, (2020) menulis bahwa penggunaan teknologi internet di Indonesia saat ini sudah dapat di akses oleh berbagai kalangan, terutama kalangan generasi Z yang sudah sangat akrab dengan dunia internet. Menurut teori generasi yang dikemukakan oleh Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, Penguin, (2004), generasi Z lahir di tahun 1995 hingga 2010. Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh besar di era teknologi digital yang cukup pesat, dengan akses mudah ke internet, *smartphone*, dan media sosial sejak usia dini. Oleh karena itu, generasi Z sering diidentifikasi sebagai generasi yang sangat terampil secara teknologi atau biasa disebut dengan *Tech Savy*, generasi Z juga cenderung menghabiskan banyak

waktu online. Bersumber dari survey McKinsey di 2022 dalam website DataIndonesia.id, generasi Z merupakan generasi yang paling sering mengakses sosial media dibandingkan generasi lainnya. Berdasarkan hasil survey McKinsey di tahun 2022 tercatat diagram yang meliputi persenan berbagai generasi dalam mengakses sosial media.



Gambar 1.1 Data Frekuensi Penggunaan Media Sosial Menurut Generasi
Sumber : DataIndonesia.id

Pratiwi, Febriana (2023) menjelaskan berdasarkan hasil dari survey McKinsey tersebut, tercatat 48% responden dari generasi Z menggunakan media sosial beberapa kali dalam sehari, hal ini dapat disimpulkan bahwa generasi Z memiliki presentase tertinggi dalam penggunaan sosial media dibandingkan dengan generasi milenial, generasi X, maupun generasi baby boomers.

Dengan ada nya generasi Z yang tumbuh dalam era digital. Pemanfaatan sosial media merupakan hal yang tak dapat dipungkiri ke efektifitasan nya. Media sosial tidak sekadar untuk hiburan saja, bagi generasi Z media sosial bukan hanya platform untuk mengunggah foto atau mengikuti tren, tetapi juga menjadi wadah ekspresi diri, belajar hal baru, dan mengadvokasi isu-isu penting. Dengan kemampuan teknologi yang tinggi, mereka mampu menggunakan media sosial sebagai alat untuk menginspirasi dan mempengaruhi perubahan di dunia nyata.

Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial oleh generasi Z memiliki dampak yang besar dalam membentuk budaya dan pandangan dunia mereka. YouTube sebagai platform sosial media yang mendunia saat ini menjadi salah satu sosial media yang tentunya sangat dikenal oleh kalangan generasi Z. YouTube merupakan platform sosial media yang menggunakan *video sharing* sebagai sarana utama pertukaran informasi, YouTube tidak membatasi inovasi pengguna untuk membagikan kreatifitas maupun informasi melalui konten – konten yang mereka bagikan kecuali konten yang mengandung SARA. YouTube dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk mengedukasi khalayak banyak hingga meningkatkan *awareness* atau kesadaran akan sesuatu di berbagai kalangan terutama generasi Z.

Menurut buku "Mind the Gap" karya Dan Schawbel, Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka lebih mementingkan keseimbangan kehidupan dan pekerjaan, serta lebih berorientasi pada tujuan dan makna dalam pekerjaan mereka. Oleh karena itu, untuk menarik minat Gen Z terhadap pertanian, perlu adanya upaya untuk menunjukkan bahwa sektor ini juga dapat menawarkan pekerjaan yang bermakna dan berdampak positif pada masyarakat.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi terutama di dunia digital, kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pertanian, terutama di kalangan Generasi Z (Gen Z) yang tumbuh dalam era teknologi informasi, seringkali terabaikan. Pertanian sering dianggap sebagai profesi yang tradisional dan kurang menarik bagi generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi.

Generasi Z, yang lahir dalam lingkungan yang dikelilingi oleh internet dan media sosial, merupakan konsumen potensial yang sangat besar. Namun, paradigma Gen Z tentang pertanian masih terjebak dalam klise dan kurangnya pengetahuan tentang inovasi teknologi yang diterapkan dalam sektor ini.

Berdasarkan survey dari cnbcindonesia.com yang ditulis oleh Aulia Mutiara Hatia Putri, hanya 6 dari 100 orang generasi Z yang tertarik menjadi petani. Hal ini menjadi ancaman bagi masa depan ketahanan pangan dan keberlanjutan pertanian di Indonesia.

Beberapa alasan yang menyebabkan rendahnya minat generasi Z untuk bekerja di bidang pertanian antara lain pertanian membutuhkan modal besar dengan hasil

yang tidak pasti, serta anggapan bahwa pertanian adalah pekerjaan yang sulit dan kurang menarik. Rendahnya minat pemuda bekerja di sektor pertanian membuat Indonesia berada di urutan keenam negara dengan proporsi tenaga kerja pertanian tertinggi di Asia Tenggara pada tahun 2020, dengan persentase sebesar 29,8%.

Berkurangnya jumlah petani muda akan berpengaruh pada produktivitas pertanian, yang pada akhirnya berdampak pada turunnya stok pangan nasional. Hal ini menjadi perhatian serius yang harus segera diatasi oleh pemerintah. Diperlukan upaya serius dari pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan untuk menarik minat generasi muda agar tertarik bekerja di bidang pertanian, seperti melalui program regenerasi petani yang inklusif dan kolaboratif. Hanya dengan meningkatnya minat generasi Z pada sektor pertanian, Indonesia dapat menjaga ketahanan pangan di masa depan.

Salah satu akun YouTube yang mencoba mengubah cara pandang ini adalah "TV Tani Indonesia". Akun ini bukan sekadar menampilkan proses-proses pertanian, tetapi juga menghadirkan konten edukatif tentang teknologi pertanian modern, keberlanjutan lingkungan, dan tantangan-tantangan global yang dihadapi oleh para petani. Namun, meskipun ada upaya yang dilakukan oleh akun ini, masih ada ketidakpahaman dan kurangnya kesadaran tentang pentingnya pertanian di antara Gen Z.

TV Tani Indonesia adalah sebuah platform media digital pertanian di Indonesia yang menyajikan berbagai program untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan terkait dengan pertanian. Berikut adalah beberapa program konten yang ada di TV Tani Indonesia :

Laskar Tani: Program ini berfokus pada pengembangan komunitas petani, mendorong kolaborasi antar petani, dan berbagi pengalaman serta praktik terbaik dalam bertani. Laskar Tani bertujuan untuk menciptakan jaringan yang solid di antara petani, sehingga mereka dapat saling mendukung dan berbagi sumber daya.

Kabar Tani: Program ini menyajikan berita terbaru dan informasi terkini seputar dunia pertanian. Kabar Tani memberikan update mengenai kebijakan pemerintah, inovasi pertanian, serta isu-isu yang mempengaruhi sektor pertanian di Indonesia.

Tani Inspirasi: Dalam program ini, penonton akan diperkenalkan kepada petani-petani sukses dan inovatif yang telah menerapkan metode pertanian modern. Tani

Inspirasi bertujuan untuk menginspirasi generasi muda dan petani lainnya untuk mengadopsi praktik pertanian yang lebih baik dan berkelanjutan.

Tani Selebriti: Program ini mengundang selebriti dan tokoh publik untuk berbagi pengalaman mereka dalam dunia pertanian. Tani Selebriti bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap pentingnya pertanian dan mengedukasi mereka tentang isu-isu yang dihadapi sektor ini.

Tani Tutorial: Program ini menyediakan tutorial praktis tentang berbagai teknik pertanian, mulai dari budidaya tanaman hingga pengelolaan hama. Tani Tutorial dirancang untuk memberikan pengetahuan langsung yang dapat diterapkan oleh petani di lapangan.

Tekno Tani: Dalam program ini, fokus diberikan pada teknologi terbaru yang dapat diterapkan dalam pertanian. Tekno Tani membahas inovasi teknologi, seperti penggunaan alat pertanian modern, aplikasi pertanian, dan teknik pertanian berbasis data yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi.

Melalui program-program ini, TV Tani Indonesia berupaya untuk memberikan edukasi yang komprehensif dan mempromosikan pertanian yang lebih berkelanjutan di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda yang semakin kurang tertarik pada sektor ini.

Pertanian memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian dan pelestarian lingkungan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang pertanian di kalangan generasi Z sangat krusial. Meningkatkan kesadaran generasi Z mengenai pertanian bukan hanya tentang menjaga apa yang sudah ada, melainkan juga persiapan untuk generasi mendatang menghadapi tantangan global yang dapat mempengaruhi produksi pangan dan kesejahteraan manusia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran TV Tani dalam edukasi generasi Z tentang pertanian melalui platform YouTube dari sudut pandang Humas. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui strategi-strategi komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi pertanian kepada generasi Z, serta dampak dari konten edukatif yang disajikan oleh TV Tani terhadap pemahaman dan minat generasi Z terhadap pertanian.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam meningkatkan

minat dan pengetahuan generasi muda tentang pertanian, serta mendukung upaya pemerintah dan stakeholder terkait dalam memajukan sektor pertanian di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, untuk melakukan penelitian ini penulis membuat sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana peran tv tani indonesia dalam mengedukasi gen z tentang pertanian melalui konten youtube?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran tv tani indonesia dalam mengedukasi gen z tentang pertanian melalui konten youtube.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menggali secara mendalam pengaruh akun YouTube TV Tani Indonesia terhadap kesadaran Generasi Z mengenai pertanian. Penelitian ini difokuskan pada analisis peran TV Tani Indonesia dalam mengedukasi gen z tentang pertanian dalam konten YouTube tersebut, dengan tujuan merinci faktor-faktor yang memengaruhi pemahaman dan kesadaran Generasi Z tentang pertanian melalui platform media sosial.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini bagi TV Tani adalah, pembuatan konten yang telah di produksi bisa menjadi wadah ilmu bagi yang ingin menerapkan praktik maupun ilmu yang berkaitan dengan pertanian. TV Tani juga mendapatkan *highlight* yang berguna bagi audiens nya dalam pemaparan ilmu pertanian itu sendiri.

1.5 Sistematika Penulisan

Materi-materi yang terdapat dalam penelitian ini diperinci dan dikelompokkan ke dalam beberapa subbab dengan sistematika penulisan yang mengikuti struktur berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan

penelitian, dan sistematika penulisan yang mana ingin mengetahui bagaimana peran tv tani indonesia dalam mengedukasi gen z tentang pertanian melalui konten youtube.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam Kajian teoritis berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan yang berkaitan dengan penelitian mengenai peran tv tani indonesia dalam mengedukasi gen z tentang pertanian melalui konten youtube, Kajian Pustaka, serta berisikan kerangka pemikiran yang menjabarkan pola penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam metodologi penelitian, berisi mengenai metode yang digunakan dalam penelitian, yang meliputi pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, menentukan narasumber penelitian, pengambilan data dengan menggunakan wawancara terstruktur dan observasi. Teknik pengolahan dan analisis data yang akan dilakukan hingga data akhirnya dapat disampaikan dalam bentuk laporan, serta lokasi dan jadwal penelitian yang nantinya akan dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis membahas hasil penelitiannya yang dilakukan dengan mewawancarai informan dengan terjun langsung ke lapangan. Hasil ini didasarkan pada data yang telah dikumpulkan selama wawancara dan pembahasan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bab terakhir dimana penulis membuat kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dibuat. Penulis memasukan kesimpulan dari peran tv tani indonesia dalam mengedukasi gen z tentang pertanian melalui konten youtube. Sementara pada saran penulis memasukan saran akademis dan saran praktis agar hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi setiap orang yang membaca.