

BAB 1

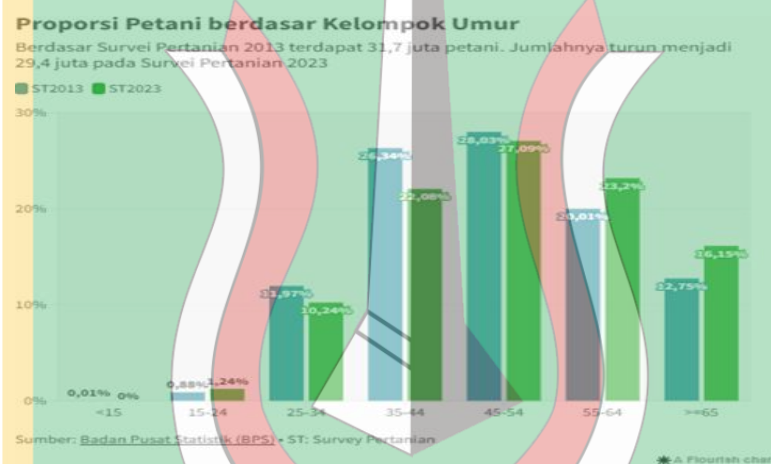
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai agraris yang memiliki lahan begitu luas dan bisa dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia sebagai mata pencaharian. Suatu negara bisa disebut negara agraris jika sebagian besar penduduknya mengandalkan pada sektor pertanian yang luas. Sebagian besar masyarakatnya mengandalkan sektor pertanian yang berkontribusi sangat tinggi dan sangat penting bagi kehidupan perekonomian negara tersebut. Di Indonesia pertanian tidak hanya dapat digunakan sebagai mata pencaharian penduduk saja, akan tetapi dapat juga untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia.

Pentingnya peran sektor ini terlihat dari kontribusinya terhadap penyediaan bahan pangan seperti beras, buah-buahan dan sayur-sayuran serta produksi produk-produk yang baik untuk diekspor. Oleh karena itu sektor pertanian merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia. Pentingnya sektor pertanian terhadap perekonomian di negara Indonesia tercermin dari peningkatan kontribusinya terhadap ekspor nasional. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), ekspor pertanian selama Januari 2024 mengalami kenaikan sebesar 5,32 persen dibandingkan bulan sebelumnya dan meningkat sebesar 0,11 persen di bandingkan tahun 2023. Kenaikan ekspor pertanian ini menjadi bukti bahwa sektor pertanian memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Namun, di balik potensi tersebut, sektor ini juga menghadapi sejumlah tantangan besar yang mengancam keberlanjutannya. Peningkatan ini menunjukkan bahwa sektor hortikultura memiliki potensi besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, di sisi lain, sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam penyebaran informasi terkait inovasi pertanian dan kebijakan pemerintah yang sering kali kurang tersosialisasikan dengan baik kepada masyarakat. Salah satu tantangan utama dalam sektor

hortikultura adalah kurangnya penyebaran informasi yang efektif kepada para petani dan pemangku kepentingan lainnya. Berdasarkan Sensus Pertanian 2023 Tahap I, jumlah petani Indonesia telah berkurang 7,42% dalam sepuluh tahun terakhir, dari 31,70 juta orang pada tahun 2013 menjadi 29,34 juta pada tahun 2023. Selain itu, mayoritas petani di Indonesia sekarang berusia tua, dengan 42% dari mereka termasuk dalam generasi X (43–58 tahun). Jumlah petani berusia 55–64 tahun meningkat 3,29%, dan petani berusia di atas 65 tahun meningkat 3,4% dalam satu dekade terakhir. Sementara itu, jumlah petani milenial (27–42 tahun) justru menurun. Dalam rentang waktu sepuluh tahun, proporsi petani berusia 25–34 tahun menurun 1,73% menjadi 10,24%, dan proporsi petani berusia 35–44 tahun turun 4,34% menjadi 22%. (Prasetiawan, 2024).



Gambar 1. 1 Survei Pertanian

Sumber : Badan Pusat Statistik

Penurunan jumlah petani muda menandakan adanya kesenjangan dalam transfer pengetahuan dan inovasi pertanian, yang pada akhirnya dapat berdampak pada keberlanjutan sektor ini. Kurangnya akses terhadap informasi yang mudah dipahami serta minimnya media komunikasi yang efektif membuat petani kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru dan memahami kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan hortikultura. Humas Ditjen Hortikultura Kementerian Pertanian memiliki peran strategis sebagai fasilitator komunikasi dalam menjembatani pemerintah dengan masyarakat, khususnya dalam menyampaikan informasi terkait

hortikultura. Fungsi utama humas adalah mengelola komunikasi kelembagaan yang efektif, membangun kepercayaan publik terhadap kebijakan pemerintah, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh audiens yang dituju (Center & Broom, 2013). Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang inovatif dan berbasis teknologi digital agar informasi dapat tersampaikan dengan lebih luas dan interaktif.

Dalam era digital, YouTube telah menjadi salah satu platform komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi secara luas dan interaktif. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar di seluruh dunia, YouTube menawarkan potensi besar dalam komunikasi publik, terutama dalam penyebaran informasi yang bersifat edukatif. Berdasarkan laporan Data Indonesia (April 2024), jumlah pengguna YouTube di dunia mencapai 2,5 miliar, meskipun mengalami penurunan sebesar 0,91% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai 2,53 miliar pengguna. India masih menjadi negara dengan pengguna YouTube terbanyak, yaitu 476 juta pengguna, diikuti oleh Amerika Serikat dengan 238 juta pengguna, serta Brasil dengan 147 juta pengguna. Sementara itu, Indonesia menempati peringkat keempat dengan 139 juta pengguna, menjadikannya sebagai salah satu negara dengan basis pengguna YouTube terbesar di dunia.



Gambar 1. 2 Penggunaan Youtube Di Berbagai Negara

Sumber : [DataIndonesia.id](https://dataindonesia.id)

YouTube menjadi salah satu platform komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi secara luas dan interaktif. YouTube memiliki 139 juta pengguna aktif di Indonesia, menjadikannya sebagai platform digital dengan jangkauan luas yang dapat dimanfaatkan dalam komunikasi publik. YouTube Horti TV hadir sebagai inisiatif Humas Ditjen Hortikultura dalam mengelola konten edukasi mengenai hortikultura melalui media digital. Melalui platform ini, berbagai informasi terkait kebijakan pemerintah, teknik budidaya, inovasi pertanian, serta program hortikultura dapat disampaikan dengan lebih visual dan komunikatif.

Namun, meskipun memiliki potensi besar, pengelolaan konten di YouTube Horti TV masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah bagaimana meningkatkan daya tarik konten agar dapat menjangkau lebih banyak audiens dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan benar-benar dipahami oleh masyarakat. Selain itu, keterlibatan audiens dalam memberikan umpan balik dan berpartisipasi dalam diskusi interaktif masih perlu ditingkatkan. Tanpa strategi komunikasi yang optimal, efektivitas penyampaian informasi dapat berkurang dan tujuan dari komunikasi kelembagaan tidak tercapai secara maksimal.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana peran Humas Ditjen Hortikultura dalam mengelola komunikasi di era digital. Komunikasi kelembagaan yang tidak terkelola dengan baik dapat menimbulkan kesenjangan informasi antara pemerintah dan masyarakat, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi efektivitas implementasi kebijakan pertanian (Grunig & Hunt, 1984). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan Menganalisis dan memahami bagaimana peran Humas Ditjen Hortikultura Kementerian Pertanian sebagai fasilitator komunikasi dalam pengelolaan konten edukasi di YouTube Horti TV guna menyampaikan informasi hortikultura secara efektif.

Signifikansi penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih efektif di sektor pertanian. Dengan memahami bagaimana humas berperan sebagai fasilitator komunikasi, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi instansi pemerintah dalam meningkatkan transparansi informasi serta membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pengelola media digital dalam menyusun konten edukatif yang lebih menarik dan

interaktif, sehingga YouTube Horti TV dapat semakin berperan sebagai sumber informasi utama dalam sektor hortikultura di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah dari penelitian ini adalah “bagaimana Peran humas ditjen hortikultura kementerian Pertanian sebagai fasilitator komunikasi dalam pengelolaan konten edukasi di youtube horti tv?”

1.3 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini dibuat untuk memastikan bahwa kajian tetap terfokus pada permasalahan utama dan tidak mengalami pelebaran pembahasan di luar konteks. Penelitian ini hanya akan membahas peran Humas Ditjen Hortikultura Kementerian Pertanian sebagai fasilitator komunikasi dalam pengelolaan konten edukasi YouTube Horti TV. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana humas menjalankan fungsi komunikasi dalam pengelolaan konten edukasi di YouTube Horti TV, termasuk dalam penyusunan, pengelolaan, dan penyampaian informasi melalui platform tersebut. Penelitian ini tidak mencakup, aspek kebijakan luar humas, atau analisis mendalam mengenai dampak konten terhadap audiens. Pembahasan hanya terbatas pada bagaimana Humas Ditjen Hortikultura berperan dalam pengelolaan YouTube Horti TV sebagai bagian dari komunikasi kelembagaan.

1.4 Tujuan Penelitian

Menganalisis dan memahami bagaimana peran Humas Ditjen Hortikultura Kementerian Pertanian sebagai fasilitator komunikasi dalam pengelolaan konten edukasi di YouTube Horti TV guna menyampaikan informasi hortikultura secara efektif.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian mengenai peran humas sebagai fasilitator komunikasi dalam pengelolaan konten edukasi di YouTube Horti TV di Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian. Penelitian ini juga dapat menambah wawasan

terkait strategi humas dalam memanfaatkan YouTube sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi di sektor hortikultura.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian dalam mengoptimalkan peran humas sebagai fasilitator komunikasi dalam pengelolaan konten edukasi di YouTube **Horti TV**, sehingga dapat memperkuat fungsi humas dalam menyampaikan informasi terkait hortikultura kepada masyarakat melalui media digital.

1.6 Sitematika Penelitian

Sistematika penulisan dilakukan terdiri dari beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai konteks masalah dan fokus penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas penelitian terdahulu, konsep, dan teori yang relevan dengan penelitian ini. Selain itu, akan dijelaskan juga hasil penelitian terdahulu yang mendukung analisis dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif . Penjelasan mencakup subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, serta teknik analisis

data yang melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

.BAB VI : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 dalam penelitian ini menyajikan hasil dan analisis data yang telah dikumpulkan. Bab ini diawali dengan gambaran umum mengenai objek penelitian dan metode yang digunakan dalam pengumpulan serta analisis data. Selanjutnya, hasil penelitian dipaparkan berdasarkan temuan dari observasi dan wawancara. Analisis dilakukan untuk memahami pola dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Ditjen Hortikultura dalam mengelola YouTube Horti TV. Pembahasan kemudian mengaitkan hasil analisis dengan teori yang relevan serta wawasan dari wawancara yang telah dilakukan, sehingga memberikan pemahaman mendalam mengenai peran Humas dalam menyampaikan informasi dan membangun keterlibatan dengan masyarakat melalui media digital.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian serta saran untuk optimalisasi peran Humas Ditjen Hortikultura dalam pengelolaan YouTube Horti TV dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.