

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi merupakan pusat hiburan utama dari berbagai usia, dalam tayangan program televisi menyajikan tayangan yang beragam. Mulai dari program berita, hiburan, hingga program pendidikan (Permana et al, 2019). Pada era digital yang terus berkembang secara dinamis, terjadi pergeseran minat masyarakat yang jelas terlihat dari cara khalayak mengonsumsi informasi.

Mukinin (2023) berpendapat, era digital saat ini memudahkan banyak hal, lahirnya teknologi saat ini membawa masyarakat bebas memilih konten yang ingin dikonsumsi. Banyaknya konten-konten di beberapa platform YouTube tentunya membawa perubahan pesat pada industri televisi di Indonesia. Melansir data (Badan Pusat Statistik, 2019), jumlah penonton televisi di Indonesia tampak terjadi penurunan. Persentase jumlah penonton pada tahun 2018 yakni 93,21% sedangkan data dari tahun 2021 sekitar 89,96%. Tentu dari data tersebut terlihat adanya penurunan sekitar 3,25 persen selama periode tiga tahun.

Melihat pasar masyarakat yang saat ini condong pada internet, program televisi yang hadir saat ini juga tidak memiliki pengaruh baik pada audiensnya yang khususnya berusia di bawah umur. Menurut Dadang Kahmad selaku Ketua Pusataka, Informasi dan Komunikasi Pengurus Pusat Muhammadiyah (2018), menyebutkan tayangan televisi saat ini tidak menampilkan program yang tidak mencerdaskan anak bangsa, seperti tayangan kekerasan, seksualitas, gosip, dan lainnya.

Program televisi yang hadir tentu sangat berdampak pada audiensnya, dampak yang terjadi akan berpotensi pada tingkah laku, psikologis, serta pergeseran nilai sosial dan budaya (Yunita, 2023). Selain itu, menurut Afifi (2010) dalam penelitiannya menjelaskan jika sadisme dan pornografi banyak didapati dalam program televisi di Indonesia. Program-program tersebut mayoritas dibalut

dalam genre hiburan, seperti sinetron, *infotainment*, *reality show*, dan komedi. Dalam penelitiannya disebutkan juga salah satu faktor yang menyebabkan buruknya kualitas program televisi saat ini, karena adanya persaingan antar stasiun televisi dalam mengejar rating.

Peraturan yang dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tentang program televisi di Indonesia juga masih simpang siur. Melihat fenomena program televisi yang kurang mencerdaskan anak bangsa, penulis ingin membuat dan menyajikan suatu karya program televisi yang mengembalikan citra baik penyiaran program televisi yang bermanfaat untuk khalayak melalui modifikasi dan penyegaran dari beberapa program yang sebelumnya pernah dibuat.

Program yang akan dibuat penulis terinspirasi dari sektor pertanian Indonesia. Petani adalah profesi yang berkegiatan pada sektor ladang, perkebunan, sawa, dan perikanan (Adilest, 2023). Fenomena saat ini terjadi krisis regenerasi petani, menurut Adilest (2023) dalam penelitiannya menjelaskan penyebab utama krisis petani disebabkan oleh rendahnya pewaris. Namun, Heriyanto (2016) berpendapat, jika rendahnya minat petani muda disebabkan oleh stigma petani yang dianggap tidak bergengsi, tidak memiliki masa depan yang jelas, dan tidak memiliki imbalan yang setimpal. Penyebab utama segannya anak muda untuk terjun ke dunia pertanian juga didukung oleh kultur tren yang merebak di era sosial media saat ini jika bekerja yang keren adalah pekerja kantoran.

Menurut data dari Kementerian Pertanian menjelaskan, petani muda di Indonesia yang berusia 20-39 tahun populasinya hanya sekitar 2,7 juta (Setiawan, 2020). Data tersebut diperkuat juga dari penelitian Survey Meter yang menyajikan persentase minat anak muda yang ingin berkarir di dunia pertanian dengan rentan usia 18-24 tahun hanya sebesar 4 persen.

Dari fenomena krisis kaum muda yang terjun dalam dunia pertanian tentu memprihatinkan, sebab Indonesia merupakan negara berbasis agrikultur yang kaya dan seharusnya kuat dalam sektor pertanian. Melihat fenomena ini, penulis mengambil peran untuk menghadirkan tayangan yang mengedukasi dan

menginformasikan pada masyarakat Indonesia terlebih untuk generasi muda untuk mengenal dunia pertanian. Upaya yang dilakukan penulis terinspirasi dari teori Kultivasi. Dalam teori tersebut mengartikan jika seseorang yang rutin terpapar satu tayangan tertentu, memiliki peluang yang besar untuk terpapar dan menerapkan dalam realitas sosial (Littlejohn, 2017).

Dalam rancangannya, penulis akan membuat program televisi yang bertema *magazine* yang mengulas mengenai kisah sukses petani modern asal ibu kota Jakarta yang berhasil melakukan pemberdayaan masyarakat dan membangkitkan ekonomi lokal. Pertanian modern adalah suatu kebaruan dalam dunia pertanian yang meliputi sumber daya manusia, teknologi, dan pengolahan pascapanen (Sidik, 2022). Pertanian modern tentu berbeda dengan pertanian tradisional. Dalam pertanian tradisional umumnya tidak mengadopsi teknologi serta strategi pasca panen yang jelas, karena dalam konsep tradisional memiliki motto “hari ini untuk hidup hari ini” (Yudiarni, n.d).

Pada karya yang akan dibuat penulis memilih petani modern sebagai narasumbernya, yakni perempuan bernama Haryati berusia 43 tahun, ia adalah petani sayur hidroponik yang berhasil membuat dampak nyata kepada warga Malakasari, Duren Sawit, Jakarta Timur. Haryati tidak hanya melakukan kegiatan bertani, ia juga menyelamatkan perekonomian warga setempat di era pandemi Covid-19 berkat kegiatan pemberdayaan masyarakat. Haryati juga memanfaatkan hasil sisa panen untuk menekan limbah pertanian menjadi olahan makanan yang digemari masyarakat.

Program televisi yang dibuat akan dibentuk dengan tampilan segar hasil modifikasi dari program yang pernah dibuat di stasiun televisi maupun program yang tayang pada kanal *YouTube*. Pembawaan dan cara penyampaian program nantinya dikemas dengan gaya kasual yang dipadukan dengan segmen menarik yang relevan dengan anak muda saat ini.

Tayangan yang dibuat penulis bernama “Smart Tani”. Smart Tani TV adalah program yang membahas mengenai isu pertanian Indonesia. Tayangan ini nantinya hadir untuk memberikan informasi, mengedukasi, dan menginspirasi, agar masyarakat timbul minat untuk terjun ke dunia pertanian yang berkelanjutan. Dalam program yang dibuat, memiliki beberapa nilai berita yang terkandung, yakni:

1. *Usefulness*, pada program Smart Tani TV penonton dapat belajar dari cerita petani modern mengenai pemberdayaan masyarakat, mengolah hasil pertanian, dan menginovasi limbah pertanian menjadi suatu yang layak untuk dikonsumsi.

2. *Uniqueness*, setiap episode yang hadir nantinya akan membahas mengenai sisi unik dalam dunia pertanian, dari sudut pandang pascapanen bahkan pertanian itu sendiri.

Program Smart Tani TV lahir dari kata SMART. Menurut Doran (1981), smart merupakan strategi manajemen yang berarti *Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-Bound*. Melalui kata SMART penulis belajar untuk merumuskan program wajib memiliki target yang terukur dan spesifik agar mencapai tujuan dengan maksimal. Lewat program Smart Tani harapannya dapat mewujudkan pertanian cerdas di Indonesia. Makna cerdas yang dimaksud, yakni cerdas bertani, cerdas berinovasi, dan cerdas berbisnis.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Tujuan Karya

Dalam produksi program televisi ada beberapa tujuan yang ingin dicapai penulis melalui karya ini, yakni:

1. Membuat program televisi dengan durasi 1 jam yang terbagi dalam 3 segmen.
2. Ditayangkan dalam kanal *YouTube* Smart Tani TV dengan target 100 *views*.

1.3 Kegunaan Karya

Pada proses produksi program televisi Smart Tani, terdapat beberapa kegunaan yang ingin diperoleh penulis melalui karya ini, seperti:

1. Kegunaan Sosial: Dapat memberikan edukasi dan sarana informasi untuk kaum muda yang ingin terjun pada industri pertanian.
2. Kegunaan Akademik: Sebagai referensi jika peneliti atau praktisi ingin membuat karya jurnalistik dengan tema pertanian. Selain itu, program ini dapat menjadi inspirasi untuk dunia pendidikan yang ingin memahami dan mempelajari sektor pertanian.
3. Kegunaan Praktis: Kreativitas program yang ditampilkan agar menjadi acuan untuk menghasilkan program yang unik, serta menjadikan pertanian sebagai topik yang menarik untuk dibahas.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA