BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Karya

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, terjadi penurunan jumlah penonton televisi di Indonesia sebesar 3,25% selama periode 2018-2021 (Mukinin, 2023). Berbeda dengan penonton YouTube di Indonesia yang berhasil menduduki peringkat 4 jumlah penonton terbanyak di dunia sejumlah 139 juta (Rizqiyah, 2023). Melihat tren penurunan penonton televisi, penulis berinisiatif menghadirkan program televisi dengan pendekatan yang menarik dan inspiratif tentang dunia pertanian. Program ini diharapkan mampu meningkatkan minat serta apresiasi masyarakat, khususnya generasi milenial, terhadap sektor pertanian dan mendorong keterlibatan aktif mereka di bidang tersebut.

Penulis ingin memproduksi sebuah program televisi dengan tema pertanian yang mengusung format magazine show, yang meniru struktur majalah dengan menyajikan beragam topik dan rubrik yang relevan melalui laporan yang menarik bagi audiens (Naratama, 2006). Episode ini akan menyertakan segmen-segmen yang membahas berbagai aspek dunia pertanian, termasuk wawancara dengan petani dan ahli, serta proses pengolahan hasil pertanian.

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki sebagian besar penduduk yang bekerja di sektor pertanian. Saat ini, sektor ini tidak hanya menawarkan pekerjaan sebagai buruh tani, tetapi juga berbagai profesi menjanjikan seperti *agricultural engineers*, ilmuwan pangan, ahli hidrologi, ahli tanah dan tanaman, pemasok kebutuhan pertanian, serta wirausahawan (Caesaria & Adit, 2022). Berdasarkan data BPS, sektor pertanian merupakan lapangan pekerjaan terbesar di Indonesia dengan kontribusi 28,21%, disusul oleh sektor perdagangan sebesar 18,99%, industri pengolahan sebesar 13,83%, akomodasi makan minum sebesar 7,71%, konstruksi sebesar 6,61%, dan sebagainya (Muhamad, 2023).

Sektor pertanian memiliki kontribusi yang krusial, tidak hanya dalam menciptakan peluang kerja, tetapi juga sebagai fondasi untuk berbagai aspek pembangunan nasional, seperti ketahanan pangan, keberlanjutan lingkungan, serta kontribusi terhadap perekonomian negara. Namun demikian, sektor ini di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan, seperti perubahan iklim, degradasi lahan, dan ketidakpastian cuaca, yang memerlukan strategi adaptasi yang tepat.

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, sektor pertanian memberikan dampak signifikan, baik langsung kepada petani maupun tidak langsung kepada masyarakat luas, terutama dalam industri makanan dan minuman. Sektor ini tidak hanya menjadi penghubung antara produk pertanian dan konsumen, tetapi juga membentuk ekosistem yang kaya akan peluang dan tantangan. Hal ini terjadi karena sektor makanan dan minuman melibatkan serangkaian proses mulai dari produksi hingga distribusi, yang akhirnya menjangkau konsumen akhir (Hasran & Gupta, 2023, p. 10).

Sektor makanan dan minuman (*food and beverage* atau F&B) memiliki peran strategis dalam perekonomian, bukan hanya sebagai penyedia akses ke produk pertanian, tetapi juga sebagai pendorong kewirausahaan. Banyak pengusaha sukses memanfaatkan hasil pertanian lokal untuk menciptakan produk inovatif yang kemudian berkembang menjadi merek ternama. Contoh usaha yang berhasil mengolah produk pertanian menjadi bisnis berkelanjutan dan populer adalah BBQ Mountain Boys Burger, Hijoo Salad Wrap, dan Burgreens. Selain fokus pada inovasi produk, mereka juga mengedepankan keberlanjutan dan gaya hidup sehat, yang semakin diminati oleh masyarakat.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019, sektor F&B tidak hanya menjadi penyumbang terbesar dalam lapangan kerja di sektor industri nonmigas, tetapi juga berperan penting dalam pertumbuhan perusahaan skala menengah dan besar. Sektor ini berkontribusi sebesar 17,8% dari total perusahaan di Indonesia, menjadikannya salah satu pilar utama ekonomi nasional (Hasran & Gupta, 2023, p. 11). Data ini menunjukkan pentingnya sektor F&B dalam menciptakan lapangan

kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi, terutama dengan meningkatnya konsumsi produk makanan dan minuman yang sehat dan berkelanjutan.

Keberhasilan usaha seperti Hijoo, BBQ Mountain Boys Burger, dan Burgreens membuktikan bahwa sektor F&B adalah ladang subur bagi kewirausahaan kreatif. Dengan memanfaatkan bahan baku lokal dan mengolahnya menjadi produk bernilai tambah tinggi, para pelaku usaha tidak hanya berkontribusi pada ekonomi nasional tetapi juga mendukung komunitas petani lokal. Mereka turut mendorong pola konsumsi yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Hal ini menegaskan bahwa sektor F&B, jika dikelola dengan baik, dapat menjadi penggerak utama transformasi ekonomi berbasis sumber daya lokal.

Dalam memproduksi karya TV Program ini, penulis terinspirasi dari berbagai kanal YouTube seperti @TVTani, @TanilinkTV, @KementerianPertanianRI, @CapCapung, @PecahTelur, dan @BBQMountainBoys. Kanal-kanal ini membahas dunia pertanian dengan pendekatan yang beragam, termasuk alur cerita, teknik pengambilan gambar, dan metode wawancara. Berdasarkan analisis karya-karya tersebut, penulis memutuskan untuk mengembangkan program televisi berjudul *"Smart Tani: Generasi Milenial Kembangkan Hasil Pertanian Jadi Usaha Food and Beverage Ternama"*.

Program ini menghadirkan inovasi melalui segmen-segmen yang menarik secara visual dan mengangkat topik mengenai bisnis dari hasil pertanian. Dalam satu episode, audiens akan disuguhkan visual dan cerita menarik, mengenai salah satu perkebunan hidroponik hingga proses pengolahan hasil tani menjadi produk makanan dan minuman yang menggugah selera. Program ini diharapkan mampu menarik perhatian audiens, terutama di tengah tren penurunan jumlah penonton televisi.

1.2 **Tujuan Karya**

Karya ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang dunia pertanian kepada audiens dengan cara yang menarik melalui penyajian program yang dirancang oleh penulis. Selain itu, program ini akan menghadirkan tips usaha di

sektor makanan dan minuman yang disampaikan oleh narasumber, khususnya bagi generasi muda Indonesia. Tips tersebut diharapkan dapat menjadi panduan bagi audiens yang ingin membangun bisnis atau menciptakan program televisi yang menarik. Dengan tampilan visual dan alur segmen yang menarik, karya ini tidak hanya memberikan wawasan, tetapi juga menghibur audiens.

1.3 **Kegunaan Karya**

Karya TV Program dengan judul "Generasi Milenial Kembangkan Hasil Pertanian Jadi Usaha *Food and Beverage* Ternama" memiliki kegunaan karya, yaitu:

a. Kegunaan Sosial

Program televisi *"Generasi Milenial Kembangkan Hasil Pertanian Jadi Usaha Food and Beverage Ternama"* memiliki manfaat sosial, yaitu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang dunia pertanian. Program ini dirancang khusus untuk memberikan wawasan kepada mereka yang memiliki minat besar pada sektor pertanian, sekaligus menunjukkan peluang dan prospek yang menjanjikan dalam industri makanan dan minuman berbasis hasil pertanian.

b. Kegunaan Praktis

Program ini bertujuan memberikan inspirasi bagi stasiun televisi dan media dalam merancang penyajian acara yang menarik dan sesuai dengan preferensi generasi milenial dan generasi Z.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA