

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi, peran petani sangat penting dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Namun, citra petani seringkali kurang positif sehingga menyebabkan kurangnya apresiasi dan dukungan terhadap profesi ini. Berdasarkan data dari (Damayanti & Rizqiyah, 2024), profesi petani di Indonesia masih dipandang sebelah mata, terutama oleh generasi muda yang lebih tertarik pada pekerjaan di sektor perkotaan. Oleh karena itu, diperlukan kampanye sosial yang bertujuan untuk membangun citra positif petani dan mendorong regenerasi petani.

Profesi petani memegang peranan penting dalam perekonomian dan ketahanan pangan di Indonesia. Meski demikian, profesi ini sering kali tidak mendapatkan penghargaan dan pengakuan yang sepadan, terutama dari generasi muda. Banyak dari mereka memiliki persepsi negatif terhadap petani, seperti pekerjaan yang kotor, melelahkan, tidak menguntungkan, dan tidak membanggakan (Saleh et al., 2021). Persepsi negatif ini berdampak pada menurunnya minat generasi muda untuk menjadi petani atau meneruskan usaha pertanian orang tua mereka (Agungyogi, 2021). Sedangkan regenerasi petani sangat dibutuhkan untuk menjaga produksi pangan dan mengembangkan teknologi pertanian yang lebih maju.

Padi merupakan salah satu komoditas pertanian yang strategis dan vital bagi Indonesia, sebagai sumber karbohidrat utama bagi sebagian besar

penduduk. Kota Malang, sebagai salah satu daerah dengan potensi produksi padi yang cukup tinggi di Jawa Timur, memiliki luas panen padi pada tahun 2022 mencapai 1.522 hektar, dengan produksi gabah kering giling sebesar 8.489 ton (Na & Hipertensiva, n.d.). Namun, produktivitas padi di Kota Malang masih rendah dibandingkan dengan rata-rata Jawa Timur dan Indonesia, dengan produktivitas padi di Kota Malang hanya 55,78 kuintal per hektar, sedangkan rata-rata Jawa Timur adalah 60,23 kuintal per hektar, dan rata-rata Indonesia adalah 56,15 kuintal per hektar (Bps.go.id, 2022).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang pada Agustus 2022, terdapat 7.520 orang berusia 15 tahun ke atas yang bekerja di sektor pertanian. Dari jumlah tersebut, hanya 1.260 orang atau sekitar 16,8% yang berusia di bawah 40 tahun (Bps.go.id, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa regenerasi petani di Kota Malang masih tergolong rendah □. Salah satu faktor yang mempengaruhi produktivitas padi adalah citra petani padi di mata masyarakat, khususnya generasi muda. Citra petani padi di Kota Malang masih rendah dan tidak menarik bagi generasi muda, akibat kurangnya informasi, edukasi, dan promosi tentang peran, kontribusi, dan tantangan yang dihadapi oleh petani padi di Kota Malang, baik melalui media massa, media sosial, maupun media lainnya (Bps.go.id, 2024) □.

Data ini juga didukung dari hasil survei terhadap 64 mahasiswa dari jurusan pertanian dan mahasiswa di luar jurusan pertanian, ditemukan bahwa masih banyak mahasiswa yang setuju bahwa masih banyak orang yang masih memiliki pandangan negatif terhadap profesi petani, terutama dalam hal citra

dan persepsi yang dialami petani, ekonomi, dukungan, akses, dan stigma yang masih buruk. Hal ini mengindikasikan perlunya upaya lebih lanjut untuk mengubah persepsi dan dukungan, serta sumber daya bagi para petani agar profesi ini lebih dihargai dan mendapatkan perhatian yang lebih besar dari generasi muda. Ancaman potensial terkait penuaan petani tampak dari kurangnya produktivitas dan efisiensi petani tua, yang dapat mempengaruhi ketahanan pangan. Sebanyak 4,79% penduduk Indonesia mengalami kerawanan pangan pada tahun 2021, seiring dengan kenaikan impor pangan sebesar 5,98% setiap tahunnya (Nainggolan, 2022)□.

Dalam konteks ini, perancangan konten kampanye sosial menjadi sangat penting untuk membangun citra positif petani padi, khususnya di kalangan generasi muda. Kampanye ini bertujuan untuk mengubah persepsi negatif, membangkitkan kesadaran dan apresiasi terhadap profesi petani, serta mendorong regenerasi petani yang berkelanjutan. Dengan menggunakan media poster, kampanye ini diharapkan dapat menjangkau dan mempengaruhi generasi muda secara luas, memberikan informasi yang relevan, dan mempromosikan citra petani padi yang lebih positif dan menarik. Selain itu, kampanye ini juga diharapkan dapat memperkenalkan teknologi pertanian modern dan inovatif yang dapat membuat pekerjaan petani menjadi lebih efisien dan menguntungkan. Dengan demikian, media ini menjadi salah satu upaya untuk mendukung produktivitas dan efisiensi pertanian di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara membangun kesadaran, informasi, dan apresiasi masyarakat, terutama generasi muda, terhadap peran dan tantangan yang dihadapi oleh petani padi?.

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan merancang konten kampanye sosial untuk membangun citra positif petani, khususnya petani padi, di kalangan generasi muda. Tujuan penelitian ini adalah mengubah persepsi negatif, membangkitkan kesadaran dan apresiasi terhadap profesi petani, serta mendorong regenerasi petani yang berkelanjutan.

1.4 Manfaat

Dengan adanya kampanye sosial ini, diharapkan masyarakat dapat lebih menghargai, mengajak, dan mendukung petani dalam menjalankan tugas mereka. Selain itu, kampanye ini juga dapat membangun kesadaran akan pentingnya pertanian dalam kehidupan sehari-hari.

1.4.1. Bagi Penulis

Perancangan ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan desain komunikasi visual dan memperluas pengetahuan tentang cara menyampaikan pesan kepada target audiens. Penelitian ini akan membantu penulis memahami lebih dalam persepsi generasi muda terhadap profesi petani, khususnya petani padi, serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka untuk menjadi petani.

1.4.2. Bagi Audiens

1. **Pemahaman yang Lebih Baik:** Audiens akan memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai kesulitan yang dihadapi petani padi di Kota Malang serta signifikansi regenerasi petani.
2. **Informasi yang Berguna:** Audiens akan mendapatkan informasi yang berguna tentang cara-cara untuk membangun citra petani padi dan mendorong regenerasi petani.
3. **Solusi Potensial:** Audiens, khususnya para pembuat kebijakan dan praktisi di bidang pertanian, akan mendapatkan solusi potensial untuk menaikkan produktivitas padi dan mendorong regenerasi petani di Kota Malang.
4. **Kesadaran Audiens:** Kampanye sosial yang dirancang dalam penelitian ini dapat membangun kesadaran audiens tentang pentingnya profesi petani dan tantangan yang mereka hadapi, serta mendorong mereka untuk memberikan dukungan yang lebih besar kepada petani.

1.5 Batasan Masalah

1.5.1. Batasan Perancangan

- a. Kampanye ini hanya berfokus pada petani padi.
- b. Kampanye ini berfokus pada generasi muda sebagai target kampanye sosial.
- c. Kampanye ini berfokus pada membangun citra petani dan regenerasi petani sebagai tujuan utama.

- d. Target audiens/persona dari poster ini adalah masyarakat yang masih mempunyai persepsi negatif maupun masyarakat yang belum memahami tugas dan fungsi petani.
- e. Kampanye sosial ini akan menggunakan media sosial seperti intagram dan media cetak
- f. Jumlah poster yang dibuat sejumlah 12 poster
- g. Proses publikasian konten kampanye sosial akan melibatkan kolaborasi dengan komunitas atau organisasi pertanian sebagai langkah strategis untuk memastikan efektivitas dan jangkauan yang luas dalam menyampaikan pesan kampanye.

1.5.2. Batasan Teknis

- a. Poster ini berukuran 30 x 40 cm (untuk cetak) dan poster yang berukuran 4 : 5 untuk feed Instagram.
- b. Resolusi poster 300dpi
- c. Bahan poster (untuk cetak) art paper 310gr
- d. Aplikasi yang digunakan untuk pembuatan poster kampanye sosial menggunakan Affinity Designer dan Afinity Photo

1.6 Metode

1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penulisan akan dilakuakn di Dusun Bunut, Kelurahan Tujungtirto, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang dengan jangka waktu Desember 2023 - Juli 2024.

Tabel 1. 1 Tempat dan Waktu Penelitian

	Bulan			Juni 2024
	Desember - Januari 2023	Januari 2024	Febuari – Mei 2024	
Studi Literatur				
Pengumpulan Data, Wawancara				
Perancangan				
Uji coba dan Revisi Karya				

1.6.2 Bahan dan Alat Penelitian

Dalam proses penelitian, penulis memanfaatkan berbagai peralatan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan penelitian berikut:

1. Alat untuk pengambilan data lapangan
 - List pertanyaan untuk wawancara
 - Pensil , Penghapus , dan Drawing pen
 - Buku sketsa
2. Perangkat Keras (Hardware)
 - Laptop MSI GL63 8SC
 - Ugee Pen Tablet Display
 - Smartphone
3. Perangkat Lunak (Sostware)
 - Affinity Designer
 - Affinity Photo

1.6.3 Pengumpulan Data dan Informasi

Metode pengumpulan data dalam perancangan sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara dapat dilakukan untuk mendapatkan persepsi langsung dari generasi muda terhadap profesi petani. Pertanyaan wawancara dapat mencakup persepsi mereka terhadap profesi petani, alasan mereka memiliki persepsi tersebut, dan apa yang dapat dilakukan untuk mengubah persepsi negatif tersebut.

b. Observasi

Observasi dapat dilakukan untuk memahami kondisi nyata di lapangan. Peneliti dapat mengunjungi beberapa lahan pertanian di Kota Malang dan mengamati proses kerja petani, tantangan yang mereka hadapi, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan generasi muda. Observasi ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam dan kontekstual tentang permasalahan yang sedang diteliti.

c. Studi Literatur

Studi literatur dapat dilakukan untuk memahami konteks dan latar belakang permasalahan. Peneliti dapat mencari dan membaca berbagai sumber literatur, seperti jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel berita, dan publikasi lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Studi literatur ini dapat membantu peneliti memahami tren dan perkembangan terkini, teori dan konsep yang relevan, serta temuan dan rekomendasi dari penelitian sebelumnya.

1.6.4 Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan adalah metode kualitatif, di mana kesimpulan akan diperoleh melalui analisis data dari observasi, wawancara, dan studi literatur. Dalam konteks metode kualitatif ini, pendekatan 5W1H (*What, Why, When, Where, Who, dan How*) akan diimplementasikan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif (Kantono et al., 2020).

a. *What*: Apa Permasalahan yang sedang diteliti?

Persepsi negatif generasi muda terhadap profesi petani padi, rendahnya minat generasi muda untuk menjadi petani, dan rendahnya regenerasi petani yang berdampak pada produktivitas padi.

b. *Who*: Siapa target utama pada kampanye sosial ini?

Target utama kampanye sosial ini adalah masyarakat umum, khususnya generasi muda. Generasi muda merupakan kelompok yang memiliki persepsi negatif yang paling kuat terhadap pertanian.

c. *Why*: Mengapa membuat perancangan kampanye sosial ini?

Perancangan kampanye sosial ini dilakukan untuk membangun citra positif petani. Pertanian merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Persepsi negatif terhadap pertanian dapat menghambat pengembangan sektor pertanian dan berdampak negatif pada perekonomian nasional.

d. *Where*: Di mana masalah itu terjadi?

Kampanye sosial ini akan dilaksanakan di wilayah Indonesia, khususnya di kota-kota besar. Kota-kota besar merupakan tempat di mana persepsi negatif terhadap pertanian paling kuat.

e. *When*: Kapan masalah itu terjadi?

Msalahan ini terjadi saat ini dan telah berlangsung selama beberapa tahun terakhir, berdasarkan data dan informasi yang tersedia hingga tahun 2024.

f. *How*: Bagaimana cara untuk mengatasi permasalahan ini?

penelitian ini bertujuan merancang konten kampanye sosial untuk membangun citra positif petani padi, khususnya di kalangan generasi muda. Kampanye ini diharapkan dapat mengubah persepsi negatif, membangun kesadaran dan apresiasi terhadap profesi petani, serta mendorong regenerasi petani yang berkelanjutan.

1.6.5 Prosedur



Gambar 1. 1 *Proses Metode Desain Thinking*

Proses perancangan kampanye sosial ini menggunakan metodologi Design Thinking yang dikembangkan oleh Stanford d.school/Interaction Design Foundation (IDF). Metodologi ini terdiri dari lima tahap utama yang berfokus

pada pemecahan masalah dengan pendekatan yang human-centered. Berikut adalah penjelasan tiap tahap:

1. *Empathize:*

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data untuk memahami masalah dengan melakukan wawancara, observasi, koisoner, dan studi literatur.

2. *Define:*

Pada tahap ini, dilakukan analisis untuk menemukan masalah mendasar yang dihadapi petani. Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi aspek yang menjadi permasalahan utama yang perlu diatasi.

3. *Ideate:*

Pada tahap ini, peneliti mengeksplorasi berbagai solusi alternatif dengan mengembangkan ide-ide kreatif. Peneliti kemudian membuat brainstorming dan sketsa awal.

4. *Prototype:*

Pada tahap ini, sketsa yang dihasilkan dari tahap ideasi didigitalisasi dan diimplementasikan menjadi produk nyata berupa poster kampanye sosial.

5. *Test:*

Pada tahap ini, proses pengujian dilakukan dengan melibatkan tiga ahli, yaitu ahli media, ahli materi, dan observasi oleh audiens target untuk mengevaluasi efektivitas poster.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini memberikan gambaran umum mengenai isi dari setiap bab yang terdapat dalam tugas akhir ini. Tujuannya adalah untuk memberikan panduan yang logis dan terorganisir dalam penyajian materi. Tugas akhir ini dibagi menjadi beberapa bab, yang masing-masing membahas topik yang berbeda namun saling terkait, sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan:

- Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, batasan masalah, dan metode penelitian yang digunakan.
- Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran umum mengenai konteks dan pentingnya penelitian ini serta pendekatan yang digunakan untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi.

2. Bab II Tinjauan Pustaka:

- Bagian ini mencakup latar belakang masalah, definisi masalah, tujuan, manfaat penelitian, ruang lingkup masalah, dan metode penelitian yang digunakan.
- Tujuannya adalah untuk memberikan dasar teoritis dan memperkuat argumen penelitian berdasarkan studi-studi sebelumnya.

3. Bab III Analisis dan Perancangan:

- Bab ini menjelaskan tentang proses analisis data yang diperoleh dan bagaimana data tersebut digunakan untuk merancang konten kampanye sosial.

- Bab ini juga mencakup detail mengenai metode analisis yang digunakan, konsep perancangan, serta tahapan perancangan yang dilakukan.

4. Bab IV Pembahasan:

- Bab ini berisi hasil dari implementasi perancangan konten kampanye sosial dan uji coba yang dilakukan. Pembahasan dilakukan untuk menginterpretasikan hasil uji coba dan melihat sejauh mana tujuan penelitian tercapai.
- Tujuannya adalah untuk memberikan evaluasi terhadap hasil perancangan serta memberikan insight mengenai efektivitas kampanye sosial yang dibuat.

5. Bab V Penutup:

- Bab ini merangkum temuan dari penelitian yang telah dilakukan dan memberikan rekomendasi untuk penelitian di masa depan.
- Kesimpulan diambil dari temuan dan pembahasan yang telah disajikan di bab-bab sebelumnya, dan saran diberikan untuk kemajuan di masa depan.

6. Daftar Pustaka:

- Bagian ini mencakup semua referensi yang dikutip dalam pengembangan proyek akhir ini, meliputi buku, jurnal, artikel, dan sumber daya online lainnya.

7. Lampiran :

- Bagian ini berisi data-data pendukung, hasil kuesioner, atau dokumentasi lain yang relevan dengan penelitian namun tidak dimasukkan dalam bagian utama skripsi.

Dengan mengikuti sistematika penulisan ini, diharapkan pembaca dapat memahami alur penelitian secara keseluruhan serta memperoleh gambaran yang jelas mengenai isi dan tujuan dari penelitian ini.