

ABSTRAK

Rendahnya minat generasi muda untuk terjun kedalam dunia pertanian merupakan sebuah masalah sosial dimasyarakat yang berdampak pada terancamnya kedaulatan pangan. Paprici Segar Barokah sebagai *Social Enterprise* tak hanya mencari keuntungan semata tetapi mencoba menyelesaikan masalah yang ada dimasyarakat tersebut dengan melakukan kegiatan sosialisasi pertanian. Dalam kegiatan tersebut tentunya Paprici Segar Barokah memiliki strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Paprici Segar Barokah dalam kegiatan sosialisasi pertanian tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menjabarkan strategi komunikasi yang digunakan oleh Paprici Segar Barokah dalam kegiatan sosialisasi pertanian terhadap generasi muda.

Kata Kunci: Pertanian, *Social Enterprise*, Generasi Muda