

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PRATANI UNTUK MENINGKATKAN MINAT GENERASI MUDA BERWIRAUSAHA DIBIDANG PERTANIAN DAN PETERNAKAN

Vahlefi Sabil Haq¹, Dicky Hidayat², Adya Mulya Prajana³

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No.01

Terusan Buah Batu, Kec. Dayeuhkolot, Bandung 40257, Jawa Barat, Indonesia

vahlefish@telkomuniversity.ac.id¹, dickyhdyt@telkomuniversity.ac.id²,

adyaprajana@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Indonesia merupakan negara agraris yang mempunyai potensi sumber daya alam yang harusnya sektor pertanian dan peternakan dapat menyediakan sebagian besar lapangan pekerjaan untuk para penduduk Indonesia. Sektor pertanian dan peternakan mengambil peran penting dalam produksi hasil bumi khususnya ketahanan pangan. Profesi petani dan peternak mempunyai peran penting dalam pembangunan sektor pertanian di Indonesia. Tetapi, hal itu tidak akan terwujud dengan mudah dikarenakan kurangnya minat generasi muda untuk terjun kebidang pertanian yang menyebabkan tidak adanya regenerasi para petani. Perancangan video promosi Pratani ini dibuat untuk meningkatkan minat generasi muda agar dapat berwirausaha dibidang pertanian dan peternakan. Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Metode analisis perancangan menggunakan analisis matriks dan analisis data kuesioner.

Kata Kunci: Video Promosi, Peternakan, Pertanian

Abstract: Indonesia is an agrarian country that has the potential of natural resources that should be able to provide most of the jobs for the Indonesian population. The agricultural and livestock sectors take an important role in the production of produce, especially food security. The profession of farmers and ranchers has an important role in the development of the agricultural sector in Indonesia. However, it will not be realized easily due to the lack of interest of the younger generation to go into agriculture which causes the absence of regeneration of farmers. The design of this Pratani promotional video was made to increase the interest of the younger generation in order to be able to entrepreneurship in agriculture and livestock. This design uses methods of collecting observational data, interviews, questionnaires, and literature studies. Design analysis methods use matrix analysis and questionnaire data analysis.

Keywords: Promotional Videos, Agriculture, Livestock



PENDAHULUAN

Sebagai negara kepulauan, Indonesia mempunyai tanah yang subur dan kaya akan sumber daya alam yang melimpah, yang dapat menghasilkan berbagai sumber energi dan bahan pangan. Indonesia merupakan negara agraris, dengan potensi sumber daya alam (SDA) yang dimiliki oleh Indonesia harusnya pertanian dan peternakan menyediakan sebagian besar lapangan pekerjaan untuk para penduduk di Indonesia. Sektor pertanian mengambil peran penting dalam produksi hasil bumi khususnya ketahanan pangan seperti sayur, jagung, padi, teh, tebu, cengkeh, dan lainnya. Termasuk juga hasil dari peternakan seperti ayam, telur, sapi, udang, ikan, dan lainnya. Selain menghasilkan ketersediaan pangan untuk para penduduk, sektor pertanian juga menghasilkan komoditas ekspor. Hal ini menjadikan sektor pertanian sebagai salah satu penopang perekonomian negara. Bahkan, Kementerian Pertanian Republik Indonesia mempunyai target bahwa Indonesia akan menjadi lumbung pangan dunia pada tahun 2045 seperti yang dilansir pada *website* pertanian.go.id.

Profesi petani mempunyai peran penting dalam pembangunan disektor pertanian untuk mencapai target Indonesia sebagai lumbung pangan dunia. Tetapi, hal itu tidak bisa terwujud dengan mudah dikarenakan kurangnya minat generasi muda untuk terjun kebidang pertanian. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik yang telah diolah oleh Lokadata.id, jumlah penduduk yang berprofesi sebagai petani per-2019 mencapai 33,4 juta orang, dan 91% dari jumlah tersebut berusia diatas 40 tahun, yang sebagian besar usianya mendekati 50-60 tahun. Sedangkan petani muda yang berusia 20-39 tahun hanya 8% dari jumlah petani di Indonesia (Hidayatullah & Alvionita, 2020).

Vahlefi Sabil Haq¹, Dicky Hidayat², Adya Mulya Prajana³
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PRATANI
UNTUK MENINGKATKAN MINAT GENERASI MUDA
BERWIRSAUSAHA DIBIDANG PERTANIAN DAN PETERNAKAN

Kurangnya minat generasi muda untuk terjun ke dunia pertanian didukung oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah cara pandang generasi muda terhadap bidang pertanian masih terbilang kuno dan kurang menjanjikan. Sektor pertanian bagi generasi muda secara umum seringkali dipersepsikan sebatas kegiatan on farm yang kurang menarik, pelaku harus bekerja di bawah terik matahari dan kotor dengan sumber daya lahan yang terbatas. Publikasi tentang pertanian lebih banyak menampilkan berita seperti banjir, kekeringan, serangan hama, puso, yang secara tidak langsung menjadi *black campaign* bagi mahasiswa pertanian (Susilowati, 2016:46). Hal itu didukung dengan masuknya era digital membuat gaya hidup modern semakin berkembang menjadikan gaya hidup urban dimasyarakat pedesaan. Era perkembangan revolusi informasi yang didukung perkembangan teknologi informasi, seperti twitter, facebook, email, dan lain-lain memberikan keleluasaan bagi anak-anak muda yang berada di pedesaan untuk memperoleh berbagai informasi melalui dunia maya. Berselancar di dunia maya adalah salah satu cara anak-anak muda di pedesaan untuk mengikuti perkembangan dunia dan melakukan eksplorasi hal-hal baru. Anak-anak muda di pedesaan kini merupakan suatu konstruk sosial yang tengah berubah gaya, citra, dan identitas Suyanto dalam (Susilowati, 2016:49)

Cara pandang masyarakat terhadap bidang pertanian harus diluruskan agar dapat menarik perhatian bagi generasi muda untuk terjun ke dunia pertanian. Pemerintah pun tidak tinggal diam dan sudah mulai mengambil langkah dengan mengadakan program Gerakan Petani Milenial. Kementerian Pertanian mendefinisikan petani milenial dalam range umur 19-39 tahun atau petani yang tidak masuk dalam range umur tersebut tetapi berjiwa milenial, tanggap teknologi digital, dan tanggap terhadap alat dan mesin pertanian (alsintan). Kementerian Pertanian mengatakan program ini mempunyai target yaitu dengan terciptanya 100,000 petani milenial di 10 Provinsi dengan



memberikan pelatihan secara bertahap, termasuk pemodalan teknologi, kemampuan berbisnis dan UMKM, dan kemampuan menjadi eksporter komoditas yang akan didukung oleh Lintas Kementrian dan Lembaga lainnya yang dilansir pada website rri.co.id. Presiden Republik Indonesia Pak Jokowi melalui forum petani muda organik mengatakan bahwa beliau mendukung kalangan generasi muda untuk terjun pertanian. Beliau mengatakan bahwa dengan adanya forum petani muda dapat lebih banyak lagi mengajak generasi muda untuk bertani, tidak malu, dan tidak gengsi. Tapi sebaliknya, bangga dan bersemangat untuk bertani karena profesi petani itu mulia (Irawan, 2021). Program Gerakan Petani Milenial tentu menjadi hal positif bagi para pelaku usaha atau organisasi dibidang pertanian, contohnya adalah Pratani.

Pratani adalah organisasi atau lembaga yang bergerak dibidang pertanian dan peternakan. Pratani merupakan sebuah wadah bagi masyarakat yang ingin terjun dan berwirausaha dibidang pertanian dan peternakan dengan mengadakan program pelatihan dan mentoring seputar pertanian dan peternakan kepada masyarakat, khususnya bagi warga Kabupaten Bandung, Kecamatan Baleendah dan sekitarnya. Program pelatihan dan mentoring bertujuan untuk memberi pengetahuan seputar cara bertani dan berternak dengan efektif agar bisa menghasilkan hasil panen yang berkualitas. Peserta juga diberikan cara tentang bagaimana cara berbisnis dan memasarkan hasil panen mereka agar dapat berwirausaha dibidang pertanian dan peternakan. Saat ini, Pratani sedang fokus menargetkan program pelatihan kepada usia pemuda dalam rangka mengurangi jumlah pengangguran dan mendukung program pemerintah, yaitu gerakan petani milenial. Berdasarkan wawancara awal dengan Bu Ria Heriawati, S.Pt sebagai founder dari Pratani, Pratani berupaya untuk mensosialisasikan Gerakan Petani Milenial kepada audiens usia pemuda untuk mendukung program dari pemerintah dan menjalankan program kepelatihannya. Salah satu upaya yang

Vahlefi Sabil Haq¹, Dicky Hidayat², Adya Mulya Prajana³
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PRATANI
UNTUK MENINGKATKAN MINAT GENERASI MUDA
BERWIRAUUSAHA DIBIDANG PERTANIAN DAN PETERNAKAN

dilakukan yaitu dengan mensosialisasikan Gerakan Petani Milenial melalui media sosial berupa video promosi tentang program pelatihan yang dijalankan oleh Pratani.

Dengan dibuatnya perancangan video promosi Pratani diharapkan dapat menarik minat masyarakat khususnya usia muda untuk mengikuti program pelatihan yang diadakan Pratani dibidang pertanian dan peternakan yang diadakan oleh Pratani, dan mendorong minat generasi muda untuk terjun dan berwirausaha dibidang pertanian. Selain itu, perancangan video promosi Pratani juga diharapkan dapat meluruskan pandangan generasi muda terhadap profesi petani yang tidak menjanjikan untuk masa depan, bekerja dibawah terik matahari dan kotor, dan tidak menarik, menjadi bangga untuk bertani, tidak gengsi, dan semangat untuk terjun kebidang pertanian.

METODE PENELITIAN

Sinematografi merupakan aspek yang diperlukan dalam memproduksi sebuah video untuk mendukung hasil video yang lebih baik. Tidak hanya sekedar mengambil dan merekam adegan semata, namun juga harus mengontrol dan mengatur adegan yang akan diambil, seperti jarak, ketinggian, sudut (*angle*), durasi, dan sebagainya. Setelah merekam hasil gambar, diperlukan proses akhir (*post production*) untuk menyempurnakan hasil video (Pratista, 2017:129).

Dalam sinematografi, unsur visual mempunyai peran penting sebagai alat untuk berkomunikasi. Bahasa yang digunakan pada sinematografi merupakan suatu rangkaian beruntun dari gambar bergerak dimana dalam produksinya memperhatikan ketajaman gambar, corak penggambaran, irama, berapa gambar yang ditampilkan, dan sebagainya termasuk alat komunikasi nonverbal (Nugroho, 2014:12).



Dalam pembuatan film atau video ada tiga tahap yang harus dilakukan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra-produksi merupakan tahapan yang mengacu pada hal-hal yang dilakukan oleh tim produksi sebelum eksekusi pengambilan gambar (*shooting*) dalam membuat sebuah film atau video (Muslimin, 2018:31). Proses produksi adalah tahap eksekusi dari pascaproduksi yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahap ini, dilakukannya proses pengambilan gambar (*shooting*) sesuai dengan acuan dan gambaran pada proses pasca produksi. Morissan dalam (Putri dan Soedarsono, 2019) mengatakan, proses ini disebut juga dengan *taping*. Proses pasca produksi ini merupakan tahap terakhir dari pembuatan film atau video. Tahap pasca produksi adalah semua kegiatan setelah pengambilan gambar sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap disiarkan atau diputar Kembali, Morissan dalam (Putri dan Soedarsono, 2019). Dalam pasca produksi, semua hasil gambar atau *footage* yang diambil pada proses produksi akan diolah dan digabungkan melalui proses *editing*.

Setelah proses *editing* dilakukan dilakukan, tahap selanjutnya yaitu rendering. Rendering merupakan penggabungan video serta audio yang sudah ada melalui proses editing menjadi video secara utuh, prosesnya dilakukan menggunakan *software editing* (Swan, 2020).

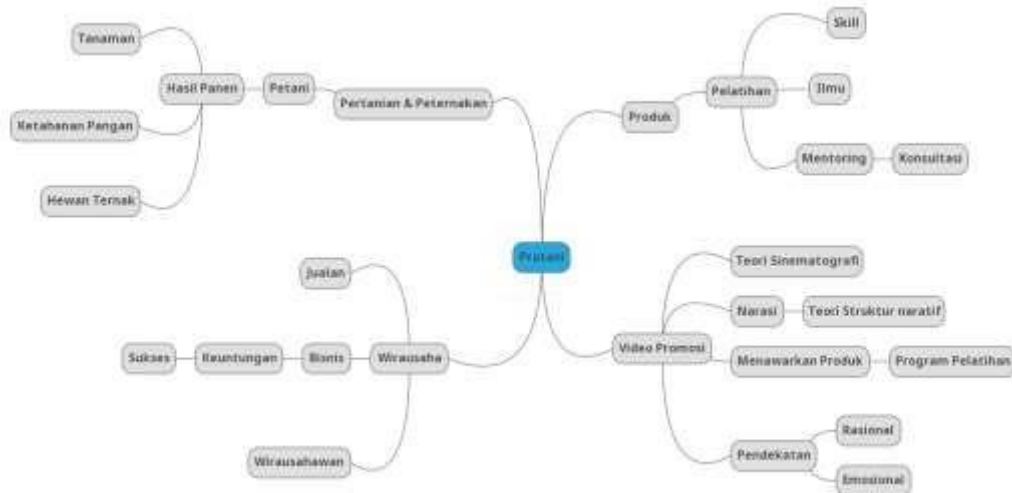
HASIL DAN DISKUSI

Big Idea

Ide besar dalam perancangan video promosi Pratani menghasilkan suatu pesan yang menjadi ide besar dalam perancangan video promosi Pratani adalah untuk mengajak generasi muda di Kabupaten Bandung mengikuti program pelatihan yang diadakan oleh Pratani dan memberikan

Vahlefi Sabil Haq¹, Dicky Hidayat², Adya Mulya Prajana³
 PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PRATANI
 UNTUK MENINGKATKAN MINAT GENERASI MUDA
 BERWIRAUSAHA DIBIDANG PERTANIAN DAN PETERNAKAN

persepsi kepada generasi muda bahwa berwirausaha dibidang pertanian dan peternakan merupakan bisnis yang menjanjikan.



Dalam pembuatan konsep kreatif dalam perancangan ini dilakukan pembuatan mind mapping. Dari hasil pembuatan mind mapping maka diambil beberap kata kunci, yaitu hasil panen, keuntungan, dan skill. Kata kunci tersebut diambil dengan menyampaikan pesan jika mengikuti program pelatihan Pratani akan mendapatkan skill yang bermanfaat unuk berwirausaha dibidang pertanian dan peternakan dan memberi persepsi bahwa berwirausaha dibidang pertanian dan peternakan dapat mendapatkan keuntungan yang menjanjikan dari hasil panen tersebut. Dari kata kunci tersebut, maka menghasilkan sebuah tagline “Jadi, kamu mau panen kapan?”. Kalimat tersebut merupakan kalimat persuasif untuk mengajak generasi muda mengikuti program pelatihan yang diadakan oleh Pratani dan memberikan persepsi kepada generasi muda bahwa berwirausaha dibidang pertanian dan peternakan merupakan bisnis yang menjanjikan.

Proses Perancangan

Dalam proses perancangan video promosi Pratani terdapat 3 tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra-poduksi



dilakukan pembuatan judul video, sinopsis, naskah, storyboard, dan treatment. Tahap selanjutnya adalah tahap produksi, pada tahapan ini dilakukan proses pengambilan gambar sesuai dengan konsep pada tahap pra-produksi. Proses produksi dilakukan Pratani Training Farm yang berlokasi di Cilitung dan Baleendah.

Hasil Perancangan

Berikut adalah link dari hasil perancangan video promosi Pratani:
[https://drive.google.com/drive/folders/1kdNOyl2BN](https://drive.google.com/drive/folders/1kdNOyl2BNJmtb7X7PoOtBl9AOdsAVvu?usp=sharing)

[Jmtb7X7PoOtBl9AOdsAVvu?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1kdNOyl2BNJmtb7X7PoOtBl9AOdsAVvu?usp=sharing)



Gambar 1

Video ini berisi tentang cerita seorang pemuda yang ingin sarapan dan memasak satu telur yang tersisa dan dia pun terjatuh sambil memecahkan telurnya. Lalu dia mengikuti program pelatihan ayam petelur dari Pratani dan dia pun mempunyai banyak telur dari hasil panen dari kandang.



Gambar 2

Vahlefi Sabil Haq¹, Dicky Hidayat², Adya Mulya Prajana³
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PRATANI
UNTUK MENINGKATKAN MINAT GENERASI MUDA
BERWIRSAUSAHA DIBIDANG PERTANIAN DAN PETERNAKAN

Video ini berisi tentang cerita dan testimoni dari peserta Program Kecakapan Wirausaha tahun 2020 yang diadakan oleh Pratani.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dari fenomena hingga perancangan video promosi Pratani dengan judul “PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PRATANI UNTUK MENINGKATKAN MINAT GENERASI MUDA BERWIRSAUSAHA DIBIDANG PERTANIAN DAN PETERNAKAN”, maka dapat disimpulkan bahwa kurangnya minat generasi muda untuk terjun kebidang pertanian dan peternakan menyebabkan krisis regenerasi petani dan peternak dimasa depan. Kurangnya minat generasi muda untuk terjun kebidang pertanian dan peternakan disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu pekerjaan petani dan peternak kurang menjanjikan. Pratani merupakan sebuah lembaga kepelatihan yang bisa menjadi salah satu solusi untuk masyarakat yang ingin berwirausaha khususnya dibidang pertanian dan peternakan dengan tujuan menciptakan wirausahawan dibidang pertanian dan peternakan yang berdaya saing. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara, media yang digunakan untuk mempromosikan kegiatan pelatihan Pratani menggunakan media video dengan pendekatan yang tidak terlalu kaku yang disesuaikan dengan target audiens yaitu generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

Hidayatullah, Taufiq., & Alvionita, Leoni. 2020, Usai Petani Menua, Jokowi Ajak Anak Muda Tekuni Pertanian Organik. Diakses pada <https://lokadata.id/artikel/usia-petani-menua-jokowi-ajak-anak-muda-tekuni-pertanian-organik> (14 September 2021, 13.53).



Indonesia.go.id. 2021, Petani Milenial Itu Keren. Diakses pada <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/2850/petani-milenial-itu-keren> (14 September 2021, 12.17).

Irawan, Iwan Bagus. 2021, Luncurkan Gerakan Petani Milenial, Kementan: Ini Komitmen Presiden Tingkatkan Kesejahteraan. Diakses pada <https://rri.co.id/jakarta/seputar-kota/1055649/luncurkan-program-gerakan-petani-milenial-kementan-ini-komitmen-presiden-tingkatkan-kesejahteraan> (16 September 2021, 12.41)

Kementrian Pertanian Republik Indonesia. 2019, Luncurkan Gerakan Tani Milenial, Kementan Rangkul 4 Juta Santri Bangun Pertanian. Diakses pada <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=3580> (17 September 2021, 19.37)

Muslimin, N. (2018). Bikin Film, Yuk!. Yogyakarta : Araska

Nugroho, Sarwo. (2014). Teknik Dasar Videografi Yogyakarta: CV ANDI OFFSET

Pratista, Hirmawan. (2017). Memahami Film Edisi 2, Yogyakarta: Montase Press

Putri & Soedarsono (2019). Proses Produksi Program Televisi “*Music Update*” Di Channel T-Music Pada Televisi Berlangganan Transvision.

Soewardikoen, D. W. (2019) Metodologi Penulisan Desain Komunikasi Visual, Bandung: CV. Dinamika Komunika

Susilowati, S. H. (2016). Fenomena Penuaan Petani dan Berkurangnya Tenaga Kerja Muda serta Implikasinya bagi Kebijakan Pembangunan Pertanian. Forum Penelitian Agro Ekonomi, 34(1), 35. <https://doi.org/10.21082/fae.v34n1.2016.35-55>