



KOMUNIKASI PUBLIK MENDUKUNG SWASEMBADA PANGAN

Andi Amran Sulaiman, dkk

KOMUNIKASI PUBLIK

MENDUKUNG SWASEMBADA PANGAN

Andi Amran Sulaiman, dkk.

**PERTANIAN PRESS
2025**

KOMUNIKASI PUBLIK Mendukung Swasembada Pangan

© Andi Amran Sulaiman, dkk.

Penulis : Andi Amran Sulaiman | Moch. Arief Cahyono | Adinda Mufidah
| Ari Surachmanto | Ceria Isra Ningtyas | Indah Permata Sari |
M.N. Habibi | Nita Sari | Zaki Nabihah
Penelaah substansi : Imam Wahyudi, S.I.Kom., M.Sos. | Hari Edi Soekirno, S.E., M.A.
Editor : Vivit Wardah Rufaidah | Isvina Unaizahroya | Nashihin
Nizhamuddin
Desain cover dan Tata Letak : Rifki Oktiar Rachman | Dimas Rifqi Altranu | Hidayat Raharja
Editor Pruf : Eni Kustanti | Boy Dewa Priambada

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Judul dan Penanggung Jawab : Komunikasi publik mendukung swasembada pangan / Andi
Amran Sulaiman, Moch. Arief Cahyono, Adinda Mufidah, Arie
Surachmanto, Ceria Isra Ningtyas [dan 4 lainnya] ; editor,
Heryati Suryantini, Isvina Unaizahroya, Nashihin Nizhamuddin
Publikasi : Bogor: Pertanian Press, 2025
Deskripsi Fisik : 207 halaman; 21 cm
Identifikasi : ISBN 978-979-582-394-0
ISBN 978-979-582-403-9 (PDF)
Subjek : Pangan
Klasifikasi : 302.23 [23]
Perpusnas ID : [https://isbn.perpusnas.go.id/bo-
penerbit/penerbit/isbn/data/view-kdt/1249996](https://isbn.perpusnas.go.id/bo-penerbit/penerbit/isbn/data/view-kdt/1249996)
Sumber gambar cover : Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Penerbit:

Pertanian Press, Anggota Ikapi

Berkedudukan di Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian
Jl. Harsono RM No.3, Ragunan, Jakarta Selatan

Alamat Redaksi

Balai Besar Perpustakaan dan Literasi Pertanian
Jl. H. Juanda No.20, Bogor 16122
Website: <https://epublikasi.pertanian.go.id/pertanianpress>

Diterbitkan pertama pada 2025 oleh Pertanian Press
Tersedia untuk diunduh secara gratis
<http://epublikasi.pertanian.go.id/pertanianpress>



Buku ini di bawah lisensi Creative Commons Attribution Non-commercial Share Alike 4.0 International license (CC BY-NC-SA 4.0).

Lisensi ini mengizinkan Anda untuk berbagi, mengopi, mendistribusikan, dan mentransmisi karya untuk penggunaan personal dan bukan tujuan komersial, dengan memberikan atribusi sesuai ketentuan. Karya turunan dan modifikasi harus menggunakan lisensi yang sama.

Informasi detail terkait lisensi CC-BY-NC-SA 4.0 tersedia melalui tautan:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

KATA PENGANTAR

Dua Sayap Menuju Ketahanan Pangan

Pangan dan pertanian bukan hanya soal isi piring atau angka-angka statistik swasembada. Bagi Presiden Prabowo Subianto, pangan dan pertanian adalah fondasi dari semua cita-cita besar bangsa. Karena itu, sejak awal presiden menjadikan ketahanan pangan sebagai salah satu tiang utama dari Visi dan Asta Cita (delapan misi besar menuju Indonesia Emas 2045).

Logika mengenai ketahanan pangan ini sangat sederhana namun begitu kuat. Bahwa tidak ada pembangunan manusia tanpa perut yang kenyang, dan tidak akan lahir generasi unggul apabila akses terhadap pangan yang sehat dan bergizi masih jadi persoalan.

Itulah mengapa, program prioritas seperti Makan Bergizi Gratis (MBG) tidak bisa berjalan tanpa kerja besar di sektor pertanian. Tidak ada kedaulatan dan kemandirian bangsa tanpa kedaulatan terhadap makanan. Pangan dan pertanian adalah lokomotif dari banyak agenda besar kita, dan Kementerian Pertanian berada di lokomotif paling depan. Tapi lokomotif sebesar ini tidak bisa bergerak sendiri. Ia butuh rel yang kokoh, energi yang terarah, dan sinyal komunikasi yang jelas.

Dengan urgensi dan peran yang demikian besar, Kementerian Pertanian memiliki tugas ganda. Tidak hanya menggagas dan menjalankan kebijakan, namun juga mengomunikasikan kepada masyarakat dan pemangku kepentingan. Di era keterbukaan dan percepatan informasi seperti hari ini, menyampaikan kebijakan dengan benar, utuh, dan membangun kepercayaan publik menjadi sama pentingnya. Hari ini, kebijakan dan komunikasi bukan dua hal yang bisa

dipilih salah satu. Ia seperti dua sayap burung. Kalau hanya sebelah sayap yang dikepakkan, kita tidak akan pernah terbang. Begitu juga jika sayap-sayap tersebut tidak sinkron dan seirama.

Kantor Komunikasi Kepresidenan (*Presidential Communication Office/ PCO*), yang dibentuk lewat Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024, hadir untuk membantu kementerian dan lembaga memastikan sayap komunikasi itu tumbuh kuat. Bukan sebagai pemadam kebakaran, tapi sebagai mitra strategis untuk merancang narasi, menyusun komunikasi, dan menjaga agar pesan-pesan penting dari negara bisa sampai ke masyarakat secara utuh.

Hari ini dunia informasi kita terutama di ruang digital diisi begitu banyak informasi. Sebagian besar diantaranya adalah informasi-informasi pendek tanpa disertai sumber yang valid. Bahkan diantaranya terdistorsi oleh disinformasi, fitnah, dan seruan kebencian (yang kami sebut DFK), yang menimbulkan kebingungan di tengah masyarakat.

Dalam konteks itu, kehadiran buku ini adalah suluh yang sangat penting. Ia bukan hanya dokumentasi kerja, tetapi merupakan literasi menyeluruh untuk menjelaskan arah kebijakan, tantangan di lapangan, serta filosofi di balik berbagai langkah yang diambil Kementerian Pertanian. Buku ini bisa menjadi peta dan cahaya sekaligus. Ia menerangi perjalanan kita menuju kemandirian pangan. Dari istana hingga ke sawah, dari meja kebijakan hingga petani di lahan rawa.

Kami di Kantor Komunikasi Kepresidenan menyambut gembira dan mengucapkan selamat atas terbitnya buku ini. Hari ini sebuah suluh sudah disulut oleh Kementerian Pertanian di bawah pimpinan Bapak Menteri Andi Amran Sulaiman. Kita berharap akan muncul lebih banyak suluh serupa dari kementerian, lembaga, dan bahkan pemerintah

daerah lainnya. Dengan begitu jalan akan semakin terang sehingga bangsa kita bisa berlari lebih cepat menuju Indonesia Emas 2045. Sebuah tujuan bangsa yang kita cita-citakan bersama.

Jakarta, Agustus 2025
Kepala Komunikasi
Kepresidenan Republik
Indonesia

Hasan Hasbi

PRAKATA

Di tengah arus informasi yang kian deras dan dinamis, transparansi bukan lagi sebagai pilihan, melainkan suatu keharusan. Pemerintah, sebagai penyelenggara negara, dituntut untuk hadir secara terbuka, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Pada konteks tersebut, buku ini disusun sebagai refleksi sekaligus dokumentasi dari komitmen Kementerian Pertanian terhadap keterbukaan informasi publik dan penguatan komunikasi publik yang inklusif dan partisipatif.

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menjadi landasan utama dalam membangun layanan informasi publik yang kredibel dan dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Kementerian Pertanian, sebagai salah satu badan publik yang strategis, telah berkomitmen untuk mengimplementasikan prinsip *Maximum Access Limited Exemption* (MALE), yaitu memberikan akses seluas-luasnya atas informasi publik dengan pengecualian yang ketat dan terbatas. Komitmen ini tidak hanya diterjemahkan dalam bentuk regulasi internal, tetapi juga dalam tindakan konkret berupa penyediaan kanal informasi yang beragam, mudah diakses, dan berbasis teknologi.

Buku ini juga mencerminkan bagaimana keterbukaan informasi publik, bukan sekadar soal regulasi, melainkan bagian dari strategi komunikasi publik yang lebih luas. Informasi tidak hanya disampaikan, tetapi juga dikemas, didistribusikan, dan dijadikan sarana membangun partisipasi masyarakat. Pemerintah tidak bisa bekerja sendirian. Diperlukan keterlibatan aktif dari masyarakat, media, akademisi, pelaku

usaha, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya untuk mewujudkan pembangunan yang transparan dan berkeadilan.

Semangat partisipatif ini yang mesti terus didorong melalui berbagai kanal komunikasi, mulai dari portal PPID, media sosial, layanan pesan instan hingga kolaborasi media massa nasional dan lokal. Kementerian Pertanian tidak hanya berkawan dengan media, tetapi juga membangun ekosistem komunikasi yang sehat, terbuka, dan berkelanjutan. Informasi tidak berhenti pada publikasi semata, tetapi juga menjadi ruang dialog antara pemerintah dan rakyat.

Lebih jauh, komunikasi publik di lingkungan Kementerian Pertanian bukan hanya menyampaikan capaian, tetapi juga menjembatani kebutuhan masyarakat dengan kebijakan yang sedang dan akan dilaksanakan. Narasi keberpihakan, edukasi kebijakan hingga literasi informasi pertanian dikembangkan untuk memperkuat kepercayaan masyarakat. Filosofi “kebijakan lahir dari lapangan” menjadi pondasi bahwa semua komunikasi harus bertumpu pada kenyataan dan kebutuhan rakyat.

Kami menyadari, keterbukaan informasi bukan tujuan akhir, tetapi jembatan menuju tata kelola pemerintahan yang baik, partisipatif, dan berorientasi pelayanan. Melalui buku ini, kami ingin menghadirkan bukan hanya cerita keberhasilan, tetapi juga refleksi perjalanan panjang dalam membangun tata kelola informasi yang akuntabel.

Akhir kata, semoga buku ini menjadi sumbangan pemikiran dan praktik baik yang dapat menginspirasi instansi pemerintah lainnya, serta memperkuat kesadaran publik akan pentingnya hak atas informasi. Dengan komunikasi publik yang terbuka, kita bukan hanya membangun kepercayaan, tetapi juga membangun masa depan yang lebih inklusif dan demokratis.

Andi Amran Sulaiman

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1 DARI ISTANA HINGGA LAHAN RAWA.....	1
A. Menyemai Swasembada dari Istana.....	1
B. Implementasi Hingga Lahan Rawa	9
C. Membangun Partisipasi Masyarakat	12
BAB 2 MENJALANKAN AMANAH UNDANG-UNDANG NOMOR 14 TAHUN 2008; <i>MAXIMUM ACCESS LIMITED EXEMPTION</i>	17
A. Pertanian dan Undang-undang Nomor 14 tahun 2008.....	17
B. Pelayanan Informasi Publik di Lingkup Internal	19
1. Penunjukkan Petugas PPID	19
2. Penyambung Suara Kementerian Pertanian dari Pusat ke Daerah, dari Daerah ke Pusat	20
3. Monitoring dan Evaluasi Tingkat Internal	22
C. Pelayanan Informasi Publik di Lingkup Eksternal	26
1. Monitoring dan Evaluasi Keterbukaan Informasi Publik dari Komisi Informasi Pusat	26
2. Pelayanan Informasi Publik untuk Masyarakat	28
BAB 3 TURUN KE LAPANGAN: KOMUNIKASI PUBLIK DARI SABANG SAMPAI MERAUKE	31
A. Berpacu dengan Waktu: “Dari Sawah ke Rapat, Kembali ke Sawah”	31

B.	Penegasan Filosofi Kepemimpinan Mentan Amran: “Kebijakan Harus Lahir dari Lapangan, Bukan Hanya dari Balik Meja.”	34
C.	Mendengar Langsung Suara Petani.....	37
D.	Pendampingan Protokol: Menyambung Tali Koordinasi dan Kolaborasi	39
E.	Dari Lapangan, Membangun Narasi Keberpihakan kepada Petani	43
F.	Optimalisasi Media Lapangan	47
BAB 4	SETIAP DETIK MEMILIKI ARTI, UPAYA MEMBANGUN HUBUNGAN MEDIA YANG HANGAT DAN BERSAHABAT	53
A.	Bersama Media, Menyuarakan Pesan untuk Negeri.....	53
B.	Menyulam Pesan, Merawat Hubungan: Strategi Media Relations Kementerian Pertanian.....	57
C.	Menteri Pertanian Berperan di Garda Depan Komunikasi	63
D.	Berkawan dengan Media.....	66
BAB 5	LEBIH PERSONAL LEWAT MEDIA SOSIAL	69
A.	Perubahan Lanskap Komunikasi Publik	69
B.	Peran Media Sosial di Kementerian Pertanian.....	70
C.	Media Sosial Humanis-Informatif: Membangun Gerakan Bersama Menuju Swasembada Pangan Berkelanjutan.....	76
D.	Menjadi Bagian dari Gerakan: Setiap Individu Bisa Berperan	81
BAB 6	INTERAKSI TANPA SEKAT BERSAMA MASYARAKAT.....	83
A.	Membuka Tirai Interaksi.....	83
B.	Panggung Interaksi Langsung melalui Pameran dan <i>Event</i>	85

C.	Ruang Bincang Interaktif melalui <i>Talk Show</i>	91
1.	<i>Tani on Stage</i> (TOS!)	91
2.	Tani Inspiratif Kekinian (TIK Talk)	93
3.	Ngobrol Pertanian Indonesia (NGOPI).....	96
4.	<i>Inspiring to Develop</i> (INSIDE).....	98
D.	Jangkauan Promosi Digital Tanpa Batasan	100
E.	Penggalangan Donasi Buku Membangun Interaksi Masyarakat Pertanian	103
F.	Sentuhan Interaksi yang Berkesan	106
G.	Merajut Interaksi yang Berkelanjutan.....	109

BAB 7 MEMBANGUN KOLABORASI KELEMBAGAAN YANG SELARAS DAN HARMONIS111

A.	Filosofi Dasar: Pembangunan Pertanian Sebagai Kerja Kolektif, Bukan Kerja Satuan	111
B.	Peran Komunikasi Lintas Kelembagaan dalam Membangun Kepercayaan Publik dan Mendukung Keberhasilan Program	114
C.	Pemetaan <i>Stakeholder</i> dalam Komunikasi Publik Kementerian Pertanian	117
D.	Sinergi Antarinstitusi Negara untuk Mendukung Ketahanan Pangan.....	119
E.	Penguatan Kelembagaan Masyarakat dalam Mewujudkan Swasembada Pangan.....	124
F.	Kolaborasi Kelembagaan Sebagai Pilar Ketahanan Pangan Berkelanjutan: Satu Suara, Satu Arah, dan Satu Tekad	128

BAB 8 ISU, BERITA, DAN SENTIMEN PUBLIK131

A.	Isu dan Krisis dalam Pertanian	131
----	--------------------------------------	-----

1. Apa Itu Isu Publik?	131
2. Isu Klasik Pertanian.....	138
3. Isu Pertanian (2021–2024)	141
4. Isu Publik 2025.....	143
B. Dinamika Isu, Krisis, dan Dampaknya terhadap Persepsi Program Strategis Kementerian Pertanian	145
C. Framing Media dan Pentingnya Intervensi Komunikasi dalam Meredam Isu Publik.....	153
D. Menerjemahkan Strategi Komunikasi dalam Menghadapi Dahsyatnya Isu Publik Pertanian Indonesia	155
1. Manajemen Krisis Komunikasi: Respons Cepat, Kendali Narasi	156
2. Meramu Strategi Rumah Pesan: Menyatukan Visi, Menjaga Koherensi.....	157
3. Gerak Cepat Wujudkan Swasembada Pangan Berkas Kesejahteraan Petani	158
4. Meramu Agenda Setting dan Narasi Turunan: Mengelola Waktu dan Persepsi.....	161
5. Komunikasi Publik Gerak Cepat Atasi Kekeringan.....	162
6. Kolaborasi Kehumasan di Lingkungan Kementerian Pertanian: Orkestra Komunikasi yang Solid	169
D. Masa Depan Sentimen Publik dalam Pertanian	169
BAB 9 MEMBANGUN DUKUNGAN, MENYEMAI KEPERCAYAAN	173
DAFTAR PUSTAKA	177
BIOGRAFI PENULIS	181
LAMPIRAN	185

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pidato perdana Presiden Prabowo Subianto, 20 Oktober 2024	5
Gambar 2. Oplah, di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan, 14 November 2023	11
Gambar 3. Konter layanan PPID di BSIP Jawa Timur, 11 Juli 2024.....	18
Gambar 4. Koordinasi lingkup Kementerian Pertanian terkait dengan isu tahun 2025	21
Gambar 5. Perkembangan predikat keterbukaan informasi publik lingkup Kementerian Pertanian.....	25
Gambar 6. Anugerah monitoring dan evaluasi keterbukaan informasi publik lingkup Kementerian Pertanian tahun 2024, 6 Desember 2024.	26
Gambar 7. Anugerah Keterbukaan Informasi Publik dari Komisi Informasi Pusat, 18 Desember 2025.	27
Gambar 8. Portal PPID Kementerian Pertanian	29
Gambar 9. Menteri Pertanian mendampingi Presiden Prabowo Subianto saat panen raya, 5 Juni 2025.....	33
Gambar 10. Menteri Pertanian berkomunikasi dengan petani di Maumere, Nusa Tenggara Timur, 6 Juni 2025	44
Gambar 11. Menteri Pertanian kunjungan kerja dan berkomunikasi dengan petani, 3 Januari 2025	46
Gambar 12. Menteri Pertanian melakukan konferensi pers beras oplosan, 3 Juni 2025	48
Gambar 13. Menteri Pertanian pelaksanaan sidak cek harga jelang Ramadan di Pasar	49
Gambar 14. Situasi di balik layar peliputan kegiatan di Gedung F Kantor Pusat Kementerian Pertanian, 7 Juni 2024	52

Gambar 15. Apel siaga Alsintan di Bandung, Jawa Barat, 7 Mei 2024.....	55
Gambar 16. Menteri Pertanian konferensi pers di lobi Gedung A Kantor Pusat Kementerian Pertanian, 30 Januari 2025	59
Gambar 17. Pertemuan Mentan dengan Pemimpin Redaksi, 10-12 Juli 2025 di Makassar.....	62
Gambar 18. Saat Doorstop usai sidak di Pasar Cipinang, Maret 2025	64
Gambar 19. Mentan bergurau dengan pewarta se usai konferensi pers di Lobi A, Kantor Pusat Kementerian Pertanian tahun 2025.....	67
Gambar 20. Tangkapan layar akun instagram dan X Kementan	71
Gambar 21. Tangkapan layar artikel berita Kementerian Pertanian dimuat di media Kompas dan Detik	73
Gambar 22. <i>Ajang 2nd Asian Agriculture and Food Forum (ASAFF)</i> , 12 Maret 2020	86
Gambar 23. <i>Cosplay</i> reporter TV Tani pada Pameran Hari Museum Indonesia/HARMUSINDO (26-27 Oktober 2024)	88
Gambar 24. Karnaval HUT RI Ke – 80, 17 Agustus 2025	90
Gambar 25. TOS! Area kantor Balai Penelitian Sayuran, Lembang, Jawa Barat, 12 Oktober 2021	93
Gambar 26. Tik Talk Talk Show, 22 April 2022	95
Gambar 27. Tangkapan layar website Agriprovit.id (2020)	100
Gambar 28. Pelaksanaan kegiatan Tanam Buku pada kunjungan komunitas ECW (<i>Eat, Chat, Walk</i>) Goes to Balai Besar Penerapan Standar Instrumen Pertanian, Bogor (5 Juni 2024).....	105

Gambar 29. Kunjungan studi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyuluhan Pertanian, Universitas Sebelas Maret, 5 Desember 2024	108
Gambar 30. Hasil pemahaman publik terhadap Tupoksi Kementan	112
Gambar 31. <i>Stakeholder Mapping Matrix</i>	115
Gambar 32. Panen jagung bersama KASAD, 4 Juni 2024	121
Gambar 33. Audiensi dengan KADIN, 20 Januari 2025	126
Gambar 34. Audiensi dengan KAMM, 20 Januari 2025	127
Gambar 35. Berita Tempo dengan tajuk “Akak-alakan Stok Beras Nasional” (2025)	147
Gambar 36. Berita/artikel Tempo berjudul “Isu Poles- poles Beras Busuk” (2025)	149
Gambar 37. Berita/artikel Tempo terkait isu peternak sapi perah di Boyolali (2024)	154
Gambar 38. Rumah Pesan Kementerian Pertanian 2025	158
Gambar 39. Berita El Nino di website CNN Indonesia (2024)	162
Gambar 40. Survei Opini Publik (2024)	163
Gambar 41. Analisis PEST (2024)	164
Gambar 42. Target khalayak (2024)	165
Gambar 43. Input triwulan (2024)	166
Gambar 44. Kegiatan <i>Chief Editor Meeting</i> (2024)	167
Gambar 45. <i>Output exposure</i> (2024)	168

BAB 1

DARI ISTANA HINGGA LAHAN RAWA

“...soal persediaan makanan rakyat ini bagi kita adalah soal hidup atau mati..”

(Ir. Soekarno, 27 April 1952)

A. Menyemai Swasembada dari Istana

Pemerintahan Kabinet Merah Putih yang dipimpin Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka membawa harapan baru. Indonesia akan menjadi negara besar dan terkemuka di dunia dengan segala potensi yang ada, baik potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusianya.

Dengan wilayah yang membentang dari Sabang sampai Merauke, dengan lebih dari 17 ribu pulau dan 285 juta lebih penduduknya, sesungguhnya Indonesia adalah negara besar. Pengelolaan yang baik atas sumber daya alam dan sumber daya manusianya, tidak hanya akan membawa Indonesia menjadi negeri yang *gemah ripah loh jinawi*, namun lebih jauh dari itu, akan membawa Indonesia lebih berperan dalam percaturan dunia.

Harapan inilah yang tertumpu pada pemerintahan di bawah komando Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka. Presiden Prabowo sendiri dalam misi pemerintahannya menekankan pada keberlanjutan dari proses pembangunan yang telah dilakukan pemerintahan sebelumnya. Misi pemerintahan yang digagas sejak masa kampanye Pemilihan Presiden

tahun 2024 ini memuat 8 fokus pembangunan yang dikenal dengan istilah “Asta Cita”. Kesinambungan ini menjadi penting untuk merespons berbagai tantangan yang muncul.

Perlambatan ekonomi secara global, perubahan iklim, melonjaknya jumlah penduduk, serta konflik geopolitik menjadi tantangan dalam pengelolaan pemerintah ke depan. Tidak dapat dipungkiri, perekonomian dunia sedang melemah dengan adanya gejala resesi di beberapa negara Eropa dan perang tarif yang dilakukan Amerika Serikat. Kondisi di level global ini berdampak pada perekonomian Indonesia dengan melambatnya laju permintaan ekspor produk dari Indonesia sehingga memberikan tekanan terhadap nilai rupiah dan meningkatnya suku bunga acuan.

Di sisi lain, perubahan iklim dan peningkatan suhu global menjadi tantangan tersendiri, terutama untuk sektor pertanian. Kekeringan dan curah hujan yang ekstrim berpotensi menurunkan produksi pangan yang pada gilirannya bisa merusak ketahanan pangan.

Sementara itu, Organisasi Pangan dan Pertanian (*Food and Agriculture Organization/FAO*) menyebutkan krisis pangan akut dan kekurangan gizi anak terus meningkat dalam enam tahun terakhir. Hal ini terungkap dalam laporan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang dilansir 10 Mei 2025 (Kompas.com 16/05/2025).

Laporan itu melansir krisis pangan akut dan kekurangan gizi anak telah berdampak pada lebih dari 295 juta orang di 53 negara. Angka tersebut naik 5 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Dari total populasi di wilayah terdampak, sekitar 22,6 persen berada dalam kondisi kelaparan pada tingkat krisis atau lebih parah. Kondisi ini terjadi sebagai

akibat dari berbagai faktor, seperti konflik bersenjata, cuaca ekstrim, dan guncangan ekonomi yang terjadi beberapa tahun belakangan ini.

Untuk itu, Asta Cita pemerintahan Presiden Prabowo dijadikan landasan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) mencapai visi “Bersama Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045” sekaligus melampaui berbagai tantangan yang ada. Kedelapan Misi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memperkuat ideologi Pancasila, demokrasi, dan hak asasi manusia;
2. Memperkuat sistem pertahanan dan keamanan negara serta kemandirian bangsa;
3. Melanjutkan pembangunan infrastruktur dan hilirisasi industri;
4. Mewujudkan swasembada pangan, energi, dan air;
5. Meningkatkan kualitas SDM melalui pendidikan dan kesehatan;
6. Mendorong ekonomi kerakyatan dan ekonomi digital;
7. Memperkuat reformasi birokrasi, pemerintahan bersih, dan pelayanan publik;
8. Melindungi lingkungan hidup dan mendorong pembangunan berkelanjutan.

Dalam Asta Cita, dengan tegas disebutkan salah satu misi Kabinet Merah Putih adalah mewujudkan swasembada pangan, energi, dan air. Secara khusus, Presiden menyoroti bahwa swasembada pangan adalah hal paling krusial yang harus segera dicapai. Sebagai Panglima Tertinggi, Presiden Prabowo menginstruksikan agar swasembada pangan bisa dicapai dalam waktu 4 sampai 5 tahun sejak awal

pemerintahannya. Hal ini disampaikan Presiden sesaat setelah dilantik menjadi pimpinan negeri ini pada 20 Oktober 2024.

“Saya telah mencanangkan bahwa Indonesia harus segera swasembada pangan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Kita tidak boleh tergantung sumber makanan dari luar. Dalam krisis, dalam keadaan genting tidak ada yang akan mengizinkan barang-barang mereka untuk kita beli. Saya sudah mempelajari bersama pakar-pakar yang membantu saya, saya yakin paling lambat 4-5 tahun kita akan swasembada pangan. Bahkan kita siap menjadi lumbung pangan dunia.”

Fokus pencapaian swasembada pangan terus menjadi pembahasan utama dalam beberapa momentum rapat di Istana. Pada rapat kabinet paripurna 2 Desember 2024, Presiden Prabowo menyoroti upaya pencapaian swasembada pangan dan menargetkan peningkatan produksi sehingga di tahun 2025 tidak ada impor beras. Komitmen tersebut kembali ditegaskan Presiden usai pelaksanaan Musyawarah Perencanaan Pembangunan Nasional (Musrenbangnas) RPJMN 2025–2029, dengan mengundang para menteri ke Istana untuk mengikuti rapat terbatas yang secara khusus membahas langkah-langkah strategis menuju swasembada pangan. Dari istana yang menjadi pusat kekuasaan, Presiden menegaskan pencapaian swasembada pangan sebagai perwujudan Asta Cita terus menerus digaungkan.



Gambar 1. Pidato perdana Presiden Prabowo Subianto, 20 Oktober 2024
Sumber: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia

Pada Musrenbangnas RPJMN 2025-2029 yang berlangsung di Gedung Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), 30 Desember 2024, Presiden Prabowo kembali menekankan pentingnya swasembada pangan dalam arah pemerintahannya kepada para gubernur, bupati, walikota, dan pejabat lainnya.

“Melindungi secara fisik rakyat kita harus cukup makan. Melindungi segenap tumpah darah artinya kita harus swasembada

pangan. Bagaimana kita mau melindungi segenap bangsa kalau kita tidak bisa jamin makan. Tidak ada negara, tidak ada peradaban tanpa pangan. Saya ingatkan saudara-saudara sekalian, mari kita kembali ke dasar pengetahuan. Jadi, perencanaan pembangunan nasional ini penting, tetapi dasarnya saya kira menjadi acuan bagi kita,” demikian ungkapan Presiden Prabowo yang dikutip oleh beberapa media massa.

Pada RPJMN 2025–2029, terdapat 17 Agenda Pembangunan Nasional (Arah Pembangunan) sebagai bagian dari visi menuju *Indonesia Emas 2045*. Hal ini dirinci sebagai sasaran transformasi dalam berbagai bidang, sebagai berikut:

1. Kesehatan untuk semua;
2. Pendidikan berkualitas yang merata;
3. Perlindungan sosial yang adaptif;
4. IPTEK, inovasi, dan produktivitas ekonomi;
5. Penerapan ekonomi hijau;
6. Transformasi digital;
7. Integrasi ekonomi domestik dan global;
9. Perkotaan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi;
10. Regulasi dan tata kelola yang berintegrasi dan adaptif;
11. Hukum berkeadilan, keamanan nasional tangguh, dan demokrasi substansial;
12. Stabilitas ekonomi makro;
13. Ketangguhan diplomasi dan pertahanan berdaya gentar;
14. Beragama maslahat dan berkebudayaan maju;
15. Keluarga berkualitas, kesetaraan gender, dan masyarakat inklusif;
16. Lingkungan hidup berkualitas;

17. Berketahanan energi, air, dan kemandirian pangan;
18. Resiliensi terhadap bencana dan perubahan iklim.

Selain itu, dokumen RPJMN juga mencantumkan 8 program *Quick Wins* sebagai langkah cepat pemerintah untuk menunjukkan hasil nyata dalam waktu singkat. Kedelapan program *Quick Wins* ini meliputi:

1. Program makanan dan susu gratis untuk siswa/pesantren, bantuan gizi ibu hamil dan balita;
2. Pemeriksaan kesehatan gratis dan penuntasan kasus TBC;
3. Pembangunan rumah sakit lengkap di kabupaten;
4. Lumbung pangan desa/daerah/nasional;
5. Sekolah unggul terintegrasi di tiap kabupaten; renovasi sekolah;
6. Perluasan kartu kesejahteraan sosial dan kartu usaha;
7. Kenaikan gaji ASN (guru, dosen, tenaga kesehatan, penyuluh), TNI/POLRI, pejabat negara;
8. Infrastruktur desa/kelurahan, BLT, dan rumah murah sanitasi baik.

Sebagai implementasinya, pemerintah telah menetapkan tema Rencana Kerja Pemerintah (RKP) tahun 2025, yaitu Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan. Kementerian Pertanian dalam hal ini mendukung langsung pada pelaksanaan agenda Pembangunan Nasional ke-4, yaitu Iptek, Inovasi, dan Produktivitas Ekonomi. Adapun agenda Pembangunan Nasional ke-16, yaitu Ketahanan Energi, Air, dan Kemandirian Pangan. Kementerian Pertanian juga memberikan dukungan langsung pada penyediaan kebutuhan untuk pelaksanaan *Quick Wins*, yakni Program Makan Bergizi Gratis

(*Quick Wins* 1) dan Pembentukan lumbung pangan desa/daerah/nasional (*Quick Wins* 4).

Secara umum, Kementerian Pertanian menjabarkan dukungan tersebut dalam 4 program yang meliputi:

1. Program ketersediaan akses dan konsumsi pangan berkualitas;
2. Program nilai tambah dan daya saing industri;
3. Program pendidikan dan vokasi;
4. Program dukungan manajemen.

Pelaksanaan empat program tersebut akan dilakukan dengan mengedepankan penguatan dalam implementasi re-desain sistem perencanaan dan penganggaran. Kegiatan pendukung yang dilakukan oleh Eselon I non komoditas akan mengikuti atau terintegrasi dengan kegiatan utama yang dilakukan oleh Eselon I komoditas.

Kegiatan utama dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Tanaman Pangan, Direktorat Jenderal Hortikultura, Direktorat Jenderal Perkebunan, serta Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Adapun untuk kegiatan pendukung akan dilakukan oleh Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian, Direktorat Jenderal Lahan dan Irigasi Pertanian, Badan Penyuluhan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian, Badan Perakitan dan Modernisasi Pertanian, Inspektorat Jenderal, serta Sekretariat Jenderal sebagai unsur manajemen dalam kesekretariatan di Kementerian Pertanian.

Pada tahun 2025, Kementerian Pertanian menetapkan sejumlah target produksi untuk komoditas utama. Target tersebut meliputi, produksi beras sekitar 32 juta ton, jagung 16,08 juta ton, kedelai 350.000 ton, aneka cabai 3,08 juta ton, bawang merah 1,99 juta ton, kopi

772.000 ton, kakao 641.400 ton, tebu 36,04 juta ton, kelapa 2,88 juta ton, daging sapi atau kerbau 399.410 ton, dan daging ayam 4,34 juta ton (Åström, 2013).

B. Implementasi Hingga Lahan Rawa

Swasembada pangan atau kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pangan dari produksi dalam negeri sendiri menjadi hal mutlak yang harus dicapai. Namun, pencapaiannya tidaklah mudah karena dihadapkan pada berbagai tantangan yang harus diselesaikan. Tantangan tersebut meliputi perubahan iklim, penyusutan luas lahan pertanian, rusaknya jaringan irigasi, menurunnya kualitas lahan, dan terbatasnya tenaga kerja sektor pertanian (Zhang et al., 2021).

Kementerian Pertanian menguraikan 4 program utama dalam upaya percepatan pencapaian swasembada pangan melalui intensifikasi, ekstensifikasi, dan modernisasi pertanian. Strategi ini dirancang untuk menjawab berbagai tantangan yang dihadapi dalam menjaga ketersediaan pangan nasional.

Meski terjadi penurunan luas lahan pertanian akibat alih fungsi, lahan pertanian eksisting di Pulau Jawa, Sumatera, dan Sulawesi adalah penghasil pangan dengan produktivitas paling tinggi di negeri ini. Dengan keterbatasan lahan yang ada, pemerintah melakukan pendekatan intensifikasi, meningkatkan produksi tanpa opsi perluasan lahan. Hal ini dilakukan dengan meningkatkan hasil produksi pada lahan yang sudah ada melalui pemanfaatan teknologi, bibit unggul, dan pola tanam yang lebih efisien (Shafawi & Hassan, 2018).

Terdapat empat elemen penting dalam intensifikasi yang dilakukan, yakni penggunaan benih unggul, pemupukan berimbang, pompanisasi, dan perbaikan sistem irigasi/bendungan. Dukungan intensifikasi turut dilakukan dengan penyediaan pupuk yang mencukupi dan seimbang bagi petani. Pada Tahun Anggaran 2024, pemerintah telah berhasil menambah alokasi pupuk subsidi agar kebutuhan di lapangan dapat terpenuhi. Dengan alokasi anggaran sebesar Rp 28 triliun, mencakup volume pupuk subsidi jumlahnya bertambah menjadi 9,55 juta ton, lebih dari dua kali lipat dibandingkan sebelumnya yang hanya 4,5 juta ton.

Selama tahun 2024, pemerintah juga telah memberikan bantuan pompa sejumlah 71.875 unit yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia. Beberapa pengamat mengemukakan bahwa pendekatan intensifikasi dengan penyaluran bantuan pompa dan pupuk telah berhasil mendorong produksi beras secara nasional. Harian Media Indonesia (24/8/2024) melansir pernyataan pengamat ekonomi pertanian dari Institut Pertanian Bogor (IPB) M. Firdaus yang menyebutkan bahwa program pompanisasi dan pengembalian alokasi pupuk bersubsidi menjadi kunci peningkatan produksi beras.

Dikutip dari berita yang sama, Badan Pusat Statistik menyebutkan produksi beras pada bulan Agustus 2024 mencapai 2,84 juta ton, September sebesar 2,87 juta ton, dan Oktober 2,59 juta ton. Angka ini menunjukkan kenaikan yang signifikan dibandingkan produksi pada bulan yang sama di tahun 2023, dengan selisih berturut-turut sebesar 325.673 ton, 356.329 ton, dan 396.604 ton.

Pemerintah juga melakukan upaya ekstensifikasi dengan memprogramkan Cetak Sawah Rakyat seluas 3 juta hektare serta Optimalisasi Lahan (Oplah) untuk meningkatkan Indeks Pertanaman (IP). Upaya Cetak Sawah dilakukan secara bertahap dengan fokus ke areal yang berada di Provinsi Papua Selatan, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Kalimantan Barat, Kalimantan Utara, Sumatera Selatan, dan Papua Barat.



Gambar 2. Oplah, di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan, 14 November 2023

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Salah satu upaya peningkatan produksi padi dilakukan melalui program Oplah. Program ini menyasar lahan-lahan pertanian yang

kurang produktif, sebagai contoh yaitu lahan yang hanya dapat ditanami satu kali dalam setahun maupun lahan yang sudah lama ditinggalkan. Tujuannya untuk meningkatkan Indeks Pertanian (IP). Lahan yang menjadi fokus dalam program ini mencakup lahan rawa, ladang tadah hujan, serta lahan tidur yang sebelumnya tidak dimanfaatkan secara optimal.

Selama ini, lahan rawa cenderung diabaikan dalam upaya produksi pertanian karena sulit untuk diolah. Hal itu disebabkan oleh sulitnya pengaturan air, rendahnya tingkat kesuburan tanah, dan tingginya tingkat keasaman. Namun kini, lahan rawa justru menjadi bagian penting dalam strategi peningkatan produksi padi menuju swasembada pangan.

Sebagai bentuk konkret, pada tahun 2024 pemerintah melaksanakan Oplah di 14 provinsi strategis di Indonesia. Provinsi-provinsi tersebut meliputi Aceh, Sumatera Utara, Riau, Sumatera Selatan, Bangka Belitung, Jambi, Lampung, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Kalimantan Utara, Kalimantan Timur, Sulawesi Selatan, dan Papua Selatan. Melalui program ini, pemerintah berupaya mengoptimalkan potensi lahan rawa yang selama ini belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mendukung ketahanan dan kemandirian pangan nasional.

C. Membangun Partisipasi Masyarakat

Mewujudkan swasembada pangan adalah pekerjaan besar. Pekerjaan besar yang tidak bisa diselesaikan oleh jajaran Kementerian Pertanian saja, melainkan harus melibatkan banyak pihak, dari pusat hingga ke daerah, dari pusat kekuasaan di Istana hingga ujung rawa di pedalaman.

Oleh karena itu, ide dan isu swasembada pangan jangan hanya bergulir di kalangan elit, kalangan birokrat, dan kalangan pelaksana teknis pertanian. Namun, harus menjadi isu, agenda, bahkan gerakan bersama yang melibatkan semua pihak.

Upaya swasembada pangan harus menjadi *concern* Kementerian/Lembaga, pemerintah pusat, pemerintah daerah, birokrat, pengusaha, akademisi hingga seluruh lapisan masyarakat Indonesia, bahkan dunia internasional. Dengan demikian, swasembada pangan berkelanjutan tidak mustahil untuk diwujudkan.

Dukungan dan partisipasi publik menjadi unsur yang sangat menentukan dalam upaya pencapaian swasembada pangan. Sehingga, upaya untuk membangun kepercayaan publik menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam mewujudkan swasembada pangan. Publik harus yakin bahwa pemerintah bekerja tulus, bekerja keras, dan sanggup mewujudkan swasembada pangan, bukan sekadar “omon-omon” belaka.

Kepercayaan publik bisa dibangun dengan memberikan informasi yang benar dan akurat tentang upaya membangun swasembada. Publik tidak hanya tahu, mengerti, dan sepakat, tetapi turut mendukung dan berpartisipasi menyukkseskannya.

Transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan program menjadi salah satu kuncinya. Pemerintah, dalam hal ini Kementerian Pertanian membuka akses seluas-luasnya kepada publik untuk mengetahui dan memperoleh informasi pelaksanaan upaya pencapaian swasembada pangan dan program-program lainnya.

Sebagai wujud komitmen terhadap prinsip demokrasi, keterbukaan, dan pemerintahan yang bersih, Kementerian Pertanian berpegang teguh pada Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP). Undang-undang ini menjamin hak setiap warga negara untuk memperoleh informasi publik yang benar, akurat, dan tidak menyesatkan. Kementerian Pertanian menjamin publik mendapatkan informasi yang sah, tidak hanya di pusat, melainkan hingga ke unit-unit pelaksana teknis di daerah.

Tidak hanya itu, Kementerian Pertanian juga secara aktif mengisi ruang-ruang publik dengan narasi-narasi positif. Narasi-narasi yang membangun optimisme, narasi-narasi yang menggugah masyarakat untuk berpartisipasi aktif, baik di media massa cetak, elektronik maupun daring. Lebih jauh, narasi-narasi positif ini secara aktif juga dikirimkan melewati batas ruang dan waktu melalui media sosial untuk menjangkau ruang yang lebih privat.

Istilah “berkawan” dengan media menjadi ungkapan yang sering muncul. Ungkapan ini menggambarkan kedekatan antara jajaran Kementerian Pertanian dengan para jurnalis dan awak media, meski tidak hanya dengan media jajaran Kementerian Pertanian membangun hubungan baik.

Kementerian Pertanian berupaya membangun ekosistem komunikasi yang baik dan berkelanjutan dengan media massa, dalam bentuk keterbukaan akses informasi, penyediaan bahan-bahan publikasi dan fasilitasi praktik jurnalistik yang profesional. Hal ini akan mendorong karya-karya jurnalistik yang berkualitas, bebas dari hoaks dan mispersepsi.

Dukungan publik juga tidak akan melekat kuat jika masyarakat tidak benar-benar merasa dekat dan terlibat dengan upaya-upaya pencapaian swasembada pangan. Komunikasi langsung yang melibatkan masyarakat banyak adalah bukti nyata pemerintah hadir dalam mewujudkan swasembada pangan. Masyarakat bisa berinteraksi langsung, menyampaikan pendapatnya dalam dialog yang tanpa sekat. Kebijakan dan keputusan yang dihasilkan tidak semata hasil pemikiran dan pengolahan data dari balik meja, tetapi juga dari interaksi terbuka yang menjembatani aspirasi dan kebutuhan lapangan.

Selain itu, Kementerian Pertanian juga melakukan komunikasi strategis yang intensif untuk membangun sinergi dan kolaborasi dengan para pemangku kepentingan swasembada pangan. Komunikasi formal kelembagaan maupun secara informal terus dilakukan untuk menyamakan persepsi dan membangun kesepahaman untuk sama-sama bergerak sesuai areal kerja dan kewenangan serta kemampuannya dalam mewujudkan swasembada. Kerja sama dengan kementerian, lembaga atau organisasi nasional dan luar negeri yang ditandai dengan adanya nota kesepahaman atau sinergi program dan kegiatan menjadi bagian penting dalam mewujudkan swasembada pangan. Sinergi dan kolaborasi ini diyakini akan memperkuat upaya dan mendekatkan pada keberhasilan pencapaian cita-cita swasembada pangan.

Dengan demikian, ide swasembada pangan dalam Asta Cita yang disemai dari istana dan diimplementasikan hingga lahan rawa bukan sekadar narasi tanpa makna. Ia mencerminkan lompatan paradigma dalam pengelolaan pangan nasional, dari arah strategis di tingkat tertinggi negara, yaitu Asta Cita Presiden dan Wakil Presiden hingga kerja nyata petani di pelosok paling ujung Indonesia.

Kementerian Pertanian menempatkan cita keempat Asta Cita sebagai kompas utama: mewujudkan swasembada pangan, energi, dan air. Oleh karena itu, bukan hanya Jawa yang dibidik, tetapi juga rawa-rawa di Kalimantan, lahan kering di NTT, dan sawah tadah hujan di bagian Selatan Pulau Sumatera. Ini merupakan wujud konkret dari arah baru kebijakan pertanian yang inklusif, berbasis wilayah, dan berorientasi pada kemandirian.

Akhirnya, dari istana hingga lahan rawa, visi swasembada bukan lagi utopia, tetapi jalan panjang yang sedang dan terus ditempuh dengan keberpihakan, inovasi, dan ketekunan.

BAB 2

MENJALANKAN AMANAH UNDANG-UNDANG NOMOR 14 TAHUN 2008; *MAXIMUM ACCESS LIMITED EXEMPTION*

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi...”

(UUD 1945, Pasal 28F)

A. Pertanian dan Undang-undang Nomor 14 tahun 2008

Kementerian Pertanian berkomitmen untuk membuka akses komunikasi seluas-luasnya untuk memastikan tata kelola pemerintahan yang terbuka dan partisipatif dalam rangka mewujudkan swasembada pangan. Kami membawa semangat Undang-Undang nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) untuk menjamin hak setiap warga negara untuk memperoleh informasi publik terhadap program yang telah, sedang, dan akan dilakukan.

Kementerian Pertanian sebagai Badan Publik mempunyai tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan, terutama petani dan peternak yang merupakan unsur utama dari setiap kebijakan yang dilaksanakan. Dengan diberlakukannya UU KIP, maka Kementerian Pertanian berkewajiban untuk memberikan layanan informasi publik kepada masyarakat, menciptakan dan menjamin kelancaran dalam pelayanan informasi publik sesuai dengan prinsip-prinsip dasar UU KIP, yaitu akses seluas-luasnya terhadap informasi publik dengan pengecualian yang ketat dan terbatas atau *Maximum Access Limited Exemption* (MALE). Layanan informasi publik harus dapat diakses dengan mudah dan biaya murah, bahkan lebih lanjut perlu melakukan pengelolaan informasi publik dan dokumentasi yang dapat menjamin

penyediaan informasi yang mudah, cermat, cepat, dan akurat dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

Komitmen ini kami tunjukkan dengan mengesahkan Peraturan Menteri Pertanian Nomor 1 Tahun 2025 tentang Layanan Informasi Publik di lingkungan Kementerian Pertanian. Peraturan tersebut dibuat untuk menciptakan komunikasi yang harmonis antara penyedia informasi dengan pemohon dan pengguna informasi pertanian serta pengintegrasian antar penyedia informasi pertanian kepada publik. Permentan 1 tahun 2025 ini menjadi pegangan bagi seluruh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dalam melayani masyarakat.



Gambar 3. Konter layanan PPID di BSIP Jawa Timur, 11 Juli 2024
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

PPID adalah pejabat yang bertanggung jawab di bidang penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan, dan/atau pelayanan informasi di badan publik. Setiap tahunnya Kementerian Pertanian menunjuk PPID Utama dan PPID Eselon I melalui Sekretariat Jenderal.

Salah satu perubahan penting yang disahkan dalam Permentan 1 tahun 2025 ini adalah petugas PPID Pelaksana ditunjuk langsung oleh PPID Eselon I sehingga dapat memangkas tangga birokrasi. Setiap PPID Pelaksana dapat menjalankan tugasnya secara mandiri untuk memastikan Keterbukaan Informasi Publik di wilayah tugasnya masing-masing. Dalam perjalanannya untuk menjalankan amanat Keterbukaan Informasi Publik, Kementerian Pertanian menaruh harapan besar kepada Biro Komunikasi dan Layanan Informasi untuk melaksanakan Pelayanan Informasi Publik secara internal.

B. Pelayanan Informasi Publik di Lingkup Internal

1. Penunjukkan Petugas PPID

Untuk mengawal keterbukaan informasi publik di suatu badan publik, Kementerian Pertanian menunjuk PPID untuk mengelola pelayanan informasi. Dalam hal ini, pelaksana keterbukaan informasi di lingkungan Kementerian Pertanian terdiri dari PPID Utama, PPID Pelaksana Eselon I, PPID Pembantu Pelaksana Eselon II, PPID Pelaksana Eselon III.

Petugas PPID melaksanakan pelayanan informasi di Unit Kerja/Unit Pelaksana Tugas (UK/UPT) tempat bertugasnya masing-masing. Untuk memastikan adanya keseragaman dari standar pelayanan informasi publik, Biro Komunikasi dan Layanan Informasi sebagai perpanjangan tangan dari Sekretaris Jenderal menggunakan berbagai metode, antara lain:

a. Penetapan *Liaison Officer* (LO)

Dalam pelaksanaan koordinasi, *monitoring* dan evaluasi, pengelolaan dan pelayanan informasi publik, LO memiliki tugas untuk

mendampingi PPID Pelaksana dalam mengelola, menyediakan dan melayani permohonan informasi publik. Sekaligus juga memberikan pemahaman tentang implementasi keterbukaan informasi publik baik kepada petugas/pejabat PPID, Pimpinan UK/UPT maupun seluruh pegawai lingkup Kementerian Pertanian.

b. Pelaksanaan Bimbingan Teknis

Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia sekaligus menyamakan pemahaman antar pejabat dan petugas PPID di lingkungan Kementerian Pertanian tentang pengelolaan, penyediaan dan pelayanan permohonan informasi publik.

c. Pemingkatan Keterbukaan Informasi Publik

Hal ini sebagai bentuk *monitoring* dan evaluasi implementasi keterbukaan informasi publik di semua unit kerja lingkup Kementerian Pertanian. Kegiatan ini telah dilaksanakan secara rutin tiap tahun dari tahun 2014 hingga saat ini.

2. Penyambung Suara Kementerian Pertanian dari Pusat ke Daerah, dari Daerah ke Pusat

Bayangkan sebuah pasukan yang bekerja senyap, namun pengaruhnya menjangkau hingga pelosok negeri. Itulah jaringan PPID Kementerian Pertanian. Dari kantor pusat hingga daerah, dari tingkat biro sampai unit pelaksana teknis yang menjelma menjadi mata, telinga, sekaligus corong Kementerian Pertanian. Sebuah kekuatan yang tidak semua lembaga publik miliki. Kementerian Pertanian, lewat Biro Komunikasi dan Layanan Informasi sebagai PPID Utama, mampu menyatukan seluruh unit kerja dalam satu komando yang kokoh.

Ketika badai isu negatif datang menghantam, Kementerian Pertanian tidak hanya diam bertahan, namun terus bergerak. Melalui PPID, setiap pegawai menjadi agen kebenaran. Berita positif tentang capaian pembangunan pertanian diamplifikasi, sementara berita hoaks diluruskan dengan fakta dan data. Dari kantor-kantor kecil terpencil di ujung perbatasan, hingga akun pribadi pegawai di media sosial, kinerja gemilang Kementerian Pertanian didengungkan.



Gambar 4. Koordinasi lingkup Kementerian Pertanian terkait dengan isu tahun 2025

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Contohnya ketika isu beras oplosan sempat membuat publik resah yang menimbulkan isu peredaran beras di pasar menjadi langka. Jaringan PPID Kementerian Pertanian segera melakukan konsolidasi,

langsung turun ke pasar tradisional, sehingga ditemukan fakta bahwa beras tidak langka. Justru pasar tradisional semakin bergairah.

Temuan dari lapangan itu kemudian disiarkan lewat kanal resmi UK/UPT dan media lokal. Masyarakat pun kemudian percaya, karena suara dari daerah terasa lebih dekat, lebih nyata, lebih menyentuh kehidupan mereka sehari-hari. Narasi ini menjadi air penyejuk di tengah panasnya isu nasional, memadamkan kegaduhan dengan fakta yang tak terbantahkan.

Inilah gambaran kekuatan PPID Kementerian Pertanian, bukan hanya menyebarkan informasi, tapi juga menjaga marwah institusi. Tidak sekadar mengabarkan, tapi juga mendengar dan merespons. Dari pusat hingga pelosok negeri, memastikan suara jejak performa Kementerian Pertanian tidak tergelincir oleh kabar burung.

Melalui soliditas jaringan PPID Kementerian Pertanian di seluruh Indonesia, pencapaian sektor pertanian tak hanya teramplifikasi secara luas tetapi juga dipercaya bahkan meraup dukungan. Sementara isu negatif yang datang silih berganti, perlahan terkikis oleh fakta-fakta nyata dari lapangan. Di situlah kekuatan komunikasi publik Kementerian Pertanian menemukan bentuknya, orkestrasi isu pertanian yang kuat, pesan kebaikan sampai ke hati rakyat.

3. Monitoring dan Evaluasi Tingkat Internal

Kementerian Pertanian memiliki 125 PPID Pelaksana yang terdiri dari 9 PPID Pelaksana Eselon I, 40 PPID Pelaksana Eselon II dan 75 PPID Pelaksana UPT serta 46 PPID Pembantu Pelaksana yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Banyaknya jumlah PPID Pelaksana menimbulkan kekhawatiran akan ketidakseragaman standar pelayanan

informasi publik antara unit kerja di daerah dan di tingkat pusat. Oleh sebab itu, Kementerian Pertanian membutuhkan strategi dan metode untuk membina sekaligus melakukan pengawasan kepada PPID Pelaksana. Strategi tersebut adalah *Monitoring* dan Evaluasi Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik.

Pada tahun 2013 Kementerian Pertanian menjadi badan publik pertama yang melakukan monitoring dan evaluasi Keterbukaan Informasi Publik secara internal. Acara tahunan ini merupakan upaya kami untuk menjaga standar Keterbukaan Informasi Publik sesuai dengan UU nomor 14 tahun 2008 dan perkembangan teknologi yang terus berkembang setiap tahunnya. Tradisi ini terus dijaga untuk memastikan generasi baru Petugas PPID yang ditunjuk pada tahun berjalan dapat memahami bagaimana cara melaksanakan pelayanan informasi publik sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

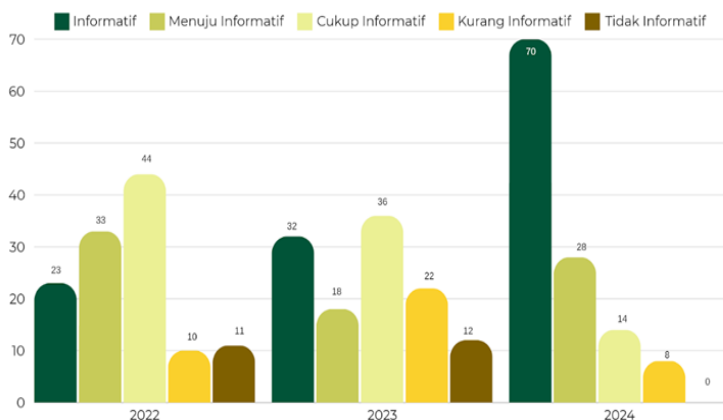
Kegiatan ini dimulai dengan mengadakan bimbingan teknis kepada seluruh 125 UPT terkait dengan standardisasi Keterbukaan Informasi Publik di daerahnya masing-masing. Dalam kegiatan ini, UPT dibekali pemahaman mengenai pentingnya penerapan standar layanan yang transparan, akuntabel, dan sesuai regulasi.

Selain itu, bimbingan teknis juga menekankan pada pemanfaatan teknologi, seperti portal PPID, layanan WhatsApp, dan email untuk menjawab kebutuhan informasi masyarakat. Peserta juga diarahkan bagaimana cara mengalihkan atau mentransfer permohonan informasi apabila belum dikuasai di unit kerjanya kepada unit kerja atau Kementerian/Lembaga/Badan Publik lain yang lebih berwenang, sehingga pelayanan informasi tetap cepat, tepat dan sesuai ketentuan.

Untuk mengukur dalam pelaksanaan keterbukaan informasi publik lingkup Kementerian Pertanian, PPID Utama membuat sebuah *website* penilaian Keterbukaan Informasi publik dimana masing-masing UK/UPT mengisi *Self-Assessment Questionnaire (SAQ)* dan verifikasi *website* sesuai dengan keadaan di lapangan. Dengan demikian, setiap UK/UPT dapat terus berusaha untuk memperbaiki akses keterbukaan informasi publik dan menciptakan inovasi pelayanan informasi yang sesuai dengan kebutuhan daerah dan perkembangan teknologi.

Penilaian Monev internal Kementerian Pertanian ini dilaksanakan dengan mengacu kepada penilaian Monev Keterbukaan Informasi Publik dari Komisi Informasi Pusat. Dengan demikian, standar pelaksanaan pelayanan informasi publik Kementerian Pertanian selalu meningkat setiap tahunnya.

Hasil dari pelaksanaan monitoring dan evaluasi Keterbukaan Informasi Publik secara internal selalu terlihat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023 hanya terdapat 32 UK/UPT yang berpredikat Informatif, namun pada 2024 terjadi lonjakan dua kali lipat yaitu 70 UK/UPT berpredikat Informatif. Yang menarik lagi, pada tahun 2024 Kementerian Pertanian tidak lagi memiliki UK/UPT yang berpredikat Tidak Informatif.



Gambar 5. Perkembangan predikat keterbukaan informasi publik lingkup Kementerian Pertanian

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Kementerian Pertanian memahami betapa pentingnya komitmen pimpinan terhadap Keterbukaan Informasi Publik. Hal ini ditandai dengan antusiasnya pimpinan Eselon I, II, dan Eselon III untuk hadir langsung dalam wawancara Monev KIP untuk menunjukkan secara langsung kinerja unit kerja bimbingan mereka masing-masing dalam hal pelayanan informasi publik dan inovasi yang telah mereka kembangkan untuk mencapai keterbukaan informasi publik.

Selain itu, Kementerian Pertanian juga mengapresiasi kinerja petugas PPID yang telah berkontribusi besar dalam meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik. Apresiasi tersebut diberikan sejak tahun 2023 melalui PPID Utama dengan kategori Petugas PPID Terbaik.

Pada tahun 2024, sebanyak 232 petugas PPID dari 120 UK/UPT ikut serta dalam seleksi petugas PPID terbaik dan terpilih 15 Petugas

PPID yang berprestasi di tempatnya masing-masing. Acara puncak ini merupakan bentuk apresiasi terhadap seluruh petugas dan pejabat PPID yang telah berkomitmen untuk mengawal “Hak Untuk Tahu” masyarakat.



Gambar 6. Anugerah monitoring dan evaluasi keterbukaan informasi publik lingkup Kementerian Pertanian tahun 2024, 6 Desember 2024.
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

C. Pelayanan Informasi Publik di Lingkup Eksternal

1. Monitoring dan Evaluasi Keterbukaan Informasi Publik dari Komisi Informasi Pusat

Kementerian Pertanian selalu berupaya untuk mengikuti arahan dari Komisi Informasi Pusat untuk melayani kebutuhan masyarakat. Komisi Informasi Pusat adalah lembaga mandiri yang berfungsi menjalankan

Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik dan peraturan pelaksanaannya serta menetapkan petunjuk teknis standar layanan informasi publik.

Setiap tahun sejak 2016, Kementerian Pertanian selalu berpartisipasi dalam Monitoring dan Evaluasi KIP oleh Komisi Informasi Pusat yang biasanya dilaksanakan mulai pertengahan tahun dan berakhir di akhir tahun. Sejak berpartisipasi dalam pemeringkatan Keterbukaan Informasi Publik dari Komisi Informasi Pusat, Kementerian Pertanian selalu masuk ke dalam peringkat 10 besar dan meraih predikat Badan Publik Terinformatif selama empat tahun berturut-turut di tahun 2020, 2021, 2022, dan 2023.



Gambar 7. Anugerah Keterbukaan Informasi Publik dari Komisi Informasi Pusat, 18 Desember 2025.

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Dalam pelaksanaan monitoring dan evaluasi keterbukaan informasi publik, Kementerian Pertanian secara konsisten mengacu pada metode yang ditetapkan oleh Komisi Informasi Pusat (KIP). Seluruh pertanyaan dalam *Self Assessment Questionnaire* (SAQ) internal Kementerian Pertanian disusun berdasarkan instrumen resmi SAQ KIP, sehingga proses penilaian berjalan selaras dengan standar nasional keterbukaan informasi publik.

Pelaksanaan monev ini juga melibatkan juri independen yang terdiri dari komisioner KIP serta tokoh-tokoh nasional yang memiliki kiprah besar dalam memperjuangkan dan menjaga *Hak untuk Tahu* masyarakat. Kehadiran mereka menjamin objektivitas, transparansi, dan kredibilitas proses evaluasi.

Melalui mekanisme ini, Kementerian Pertanian senantiasa melakukan pembenahan dan inovasi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas layanan informasi publik. Setiap hasil monev menjadi bahan refleksi dan perbaikan, agar pelayanan informasi di lingkungan Kementerian semakin adaptif terhadap perkembangan teknologi, regulasi terbaru, dan kebutuhan masyarakat akan keterbukaan informasi yang cepat, akurat, dan terpercaya.

2. Pelayanan Informasi Publik untuk Masyarakat

Dalam mewujudkan pelayanan informasi publik yang cepat, mudah, transparan, dan terjangkau, Kementerian Pertanian menyediakan berbagai saluran akses bagi masyarakat. Permohonan informasi dapat diajukan melalui layanan di setiap UPT, *call center/ WhatsApp center*, email resmi, atau portal PPID Kementerian Pertanian. Melalui

kemudahan ini, Kementan menegaskan komitmennya terhadap transparansi dan pemenuhan hak masyarakat atas informasi publik.

Kementerian Pertanian merupakan badan publik pertama yang berhasil masuk Top 99 Inovasi Pelayanan Publik (KIPP) pada kompetisi Inovasi Pelayanan Publik (KIPP) yang diselenggarakan oleh Kementerian Kesehatan (KEMENKES/PANRB). Penghargaan ini diraih berkat inovasi Sistem Informasi Layanan Permohonan Informasi Publik (SILAYAN) yang terintegrasi dalam portal PPID Kementan.



Gambar 8. Portal PPID Kementerian Pertanian

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Saat ini setiap PPID di Unite Kerja (UK) dan Unit Pelaksana Teknis (UPT) memiliki portal PPID masing-masing yang dapat diakses melalui <http://ppid.pertanian.go.id>. Pemohon informasi dapat dengan mudah menemukan UK atau UPT yang dituju hanya dengan satu klik .

Apabila informasi yang diminta tidak dikuasai oleh unit terkait, petugas PPID dapat dengan cepat mentransfer permohonan tersebut

kepada UK/UPT yang memiliki data yang dimaksud. Sistem ini memberikan kemudahan dan kecepatan layanan, baik bagi pemohon informasi maupun petugas PPID, sehingga proses penyediaan informasi publik menjadi lebih efisien, transparan, dan *responsive*.

Selain melalui portal, PPID Utama maupun PPID Pelaksana juga menyediakan *call center/WhatsApp center* serta alamat email resmi untuk memudahkan masyarakat dalam mengajukan permohonan informasi publik. Nomor kontak dan alamat email masing-masing PPID dapat ditemukan di bagian bawah setiap UK/UPT.

Sebagai contoh, PPID Utama menyediakan layanan melalui WhatsApp 0851-7965-7867 dan e-mail: layanan-ip@pertanian.go.id. Jika portal PPID berfokus pada pengajuan permohonan informasi, maka layanan WhatsApp dan email berfungsi sebagai jalur komunikasi interaktif antara pemohon informasi dan Kementerian Pertanian, sehingga proses pelayanan menjadi lebih responsif, cepat, dan mudah diakses oleh masyarakat.

BAB 3

TURUN KE LAPANGAN: KOMUNIKASI PUBLIK DARI SABANG SAMPAI MERAUKE

“The best way to persuade people is with your ears – by listening to them.”

(Menteri Luar Negeri Amerika Serikat Periode 1961–1969, Dean Rusk)

A. Berpacu dengan Waktu: “Dari Sawah ke Rapat, Kembali ke Sawah”

Bagi sebagian besar orang, delapan jam sehari mungkin cukup. Namun, urusan pangan tidak mengenal batas waktu. Pangan menyangkut hidup 285 juta rakyat Indonesia, sehingga tidak ada ruang untuk berhenti apalagi lengah.

Inilah yang menjadi semangat Kementerian Pertanian berpacu dengan waktu demi memastikan ketersediaan pangan bagi seluruh masyarakat. Prinsip yang dipegang sederhana namun tegas, bekerja untuk pangan bukan sekadar pekerjaan, melainkan panggilan pengabdian.

Bagi insan pertanian, jam kerja tidak berhenti di angka delapan, melainkan berjalan 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Seluruh jajaran dituntut selalu siap dan sigap, karena menjaga pangan berarti menjaga keberlangsungan bangsa.

Selain itu, Kementerian Pertanian terus mendorong seluruh pegawainya dari tingkat pimpinan hingga pelaksana untuk aktif turun ke lapangan. Persoalan pertanian tidak bisa diselesaikan hanya dari balik meja atau ruang rapat.

Petani sebagai pelaku utama sektor pertanian adalah insan lapangan, sehingga kehadiran pemerintah harus nyata di tengah mereka. Kementerian Pertanian berkomitmen untuk terlibat langsung dalam setiap tahap usaha tani. Mulai dari penyemaian, penanaman, hingga panen. Bahkan, bila diperlukan jajaran Kementan siap turun bersama petani, karena pendampingan nyata di lapangan adalah wujud pengabdian dalam menjaga ketahanan pangan nasional,

Sebagai *role model* bagi pelaksanaan pemerintahan yang mengedepankan prinsip *Good Governance*, kami dituntut untuk bekerja tanpa dibatasi oleh ruang kantor maupun waktu kerja formal. Prinsip *Dari Sawah ke Rapat, Kembali ke Sawah* bukan sekadar slogan, melainkan harus tercermin dalam tindakan nyata.

Salah satu wujud nyata komitmen tersebut terjadi pada November 2024, ketika kami melaksanakan kunjungan kerja intensif melintasi tiga provinsi dalam satu hari. Kegiatan dimulai di Sambas, Kalimantan Barat dengan meninjau program optimalisasi lahan, kemudian berlanjut ke Pontianak untuk menghadiri Rapat Koordinasi Cetak Sawah.

Perjalanan dilanjutkan ke Barito Kuala, Kalimantan Selatan, guna memantau langsung pelaksanaan optimasi lahan, dan hari ditutup di Kapuas, Kalimantan Tengah, dengan pendampingan kepada para petani muda Brigade Pangan. Dalam sehari penuh, kerja lapangan lintas daerah ini menjadi simbol nyata bahwa Kementerian Pertanian tidak hanya mengarahkan dari pusat, tetapi juga hadir langsung di tengah petani untuk memastikan setiap program berjalan efektif dan berdampak nyata.

Ritme kerja seperti ini bukanlah hal yang luar biasa, melainkan sudah menjadi bagian dari keseharian di Kementan. Dalam satu pekan, aktivitas bisa mencakup perjalanan dari Nusa Tenggara Timur ke Merauke, berlanjut ke Kalimantan Selatan, lalu kembali ke Jakarta untuk melakukan evaluasi kebijakan dan tindak lanjut program.

Mobilitas tinggi ini bukan sekadar simbolisasi kerja, melainkan komitmen nyata untuk memastikan kebijakan tidak berjalan di ruang hampa. Setiap langkah di lapangan menjadi cara bagi Kementerian Pertanian untuk menyambungkan kebijakan dengan realitas, memastikan bahwa keputusan yang diambil di pusat benar-benar menjawab kebutuhan petani dan kondisi di daerah.



Gambar 9. Menteri Pertanian mendampingi Presiden Prabowo Subianto saat panen raya, 5 Juni 2025

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Pendekatan seperti ini membangun kepercayaan antara pemerintah dan petani. Banyak petani yang semula skeptis terhadap

program pemerintah, kini merasa lebih dilibatkan, didengar, dan dihargai.

Dalam setiap kunjungan, fokus utama bukan pada seremoni sambutan atau penyerahan bantuan, melainkan dialog terbuka dengan petani. Kami bersama seluruh jajaran wajib mendengarkan langsung berbagai persoalan di lapangan, mulai dari harga jual hasil panen, hingga kerusakan irigasi.

Setiap masukan yang diterima tidak berhenti sebagai laporan, melainkan segera ditindaklanjuti melalui kebijakan cepat atau solusi konkret di lapangan, agar setiap langkah Kementerian Pertanian benar-benar memberi dampak nyata bagi kehidupan petani.

B. Penegasan Filosofi Kepemimpinan Mentan Amran: “Kebijakan Harus Lahir dari Lapangan, Bukan Hanya dari Balik Meja.”

Di tengah tantangan pangan global yang semakin kompleks dan dinamis, sektor pertanian diperlukan filosofi kepemimpinan yang berpijak pada realitas, bukan sekedar teori. Kebijakan tidak boleh lahir dari balik meja, tetapi harus tumbuh dari fakta dan suara nyata di lapangan.

Prinsip ini bukan sekedar jargon “omon-omon”, melainkan nilai kerja yang diwujudkan secara konsisten. Kementerian Pertanian menegaskan bahwa turun langsung ke lapangan bukan pilihan, tetapi kewajiban bagi setiap pegawai sebagai bentuk tanggung jawab moral dan profesional untuk memastikan setiap kebijakan benar-benar berpihak pada petani dan menjawab kebutuhan pangan bangsa.

Filosofi kerja semua jajaran Kementerian Pertanian yang menekankan pentingnya turun ke lapangan mendapat apresiasi langsung khusus dari Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka. Dalam Sidang Kabinet Paripurna di Istana Kepresidenan, Jakarta, pada Senin, 5 Mei 2025, Presiden Prabowo sempat menyampaikan penghargaan atas etos kerja Kementerian Pertanian yang tidak sekadar bekerja di belakang meja, tetapi hadir langsung di tengah petani dan pelaku pertanian.

“Menteri dan Wakil Menteri Pertanian sudah item sekali, berarti benar-benar bekerja. Saya bukan suka muji-muji, tapi kalau ada yang berprestasi, saya harus katakan. Tim pangan kita, Menteri Pertanian, semua fokus. Untung hari ini Pak Mentan ada di Jakarta, biasanya saya cari ada di Kalbar atau di Jambi,”

Apresiasi serupa datang dari Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka saat meninjau percepatan tanam di Kabupaten Ngawi, Jawa Timur, 24 Mei 2025. Dalam kunjungan tersebut, Wapres Gibran menyampaikan penghargaan atas model kerja lapangan Kementerian Pertanian yang sigap berdialog dengan petani, mengawasi proses tanam, serta memastikan irigasi dan pengairan berjalan optimal.

“Pak Menteri Pertanian ini jarang di kantor, selalu turun ke sawah memastikan petani terlayani dengan baik. Sesuai arahan Pak Presiden, kita ingin memastikan swasembada pangan benar-benar terwujud. Produksi dan panen harus bagus, pupuk lancar, airnya jalan. Semua ini menunjukkan hasil kerja nyata di lapangan,”

Pernyataan tersebut menjadi **pengakuan nyata atas dedikasi insan pertanian** yang bekerja tanpa kenal lelah di lapangan demi **terwujudnya kedaulatan dan swasembada pangan nasional**.

Semua yang pernah menyaksikan kinerja Kementerian Pertanian tentu memahami bahwa filosofi “bekerja dari lapangan” bukan sekadar slogan. Prinsip ini menjadi roh pelayanan publik yang sesungguhnya, bahwa rakyat bukan objek pembangunan, melainkan subjek utama yang harus didengar, ditemui, dan diberdayakan secara nyata di lapangan.

Jika ditelaah lebih dalam, filosofi “*turun ke lapangan*” sejatinya merupakan bentuk komunikasi publik yang paling efektif dan otentik. Banyak pejabat cenderung menonjolkan capaian kerja lewat pernyataan di ruang publik tanpa menghadirkan bukti nyata di lapangan, sehingga tim komunikasinya harus bekerja keras merangkai kata dan narasi pembenaran. Sebaliknya pendekatan berbasis lapangan menghadirkan bukti secara langsung membuat pesan pesan lebih jujur, kuat, dan meyakinkan karena lahir dari realitas yang benar-benar terjadi.

Kami di Kementerian Pertanian tidak perlu merekayasa lokasi atau menata pencapaian semu. Setiap langkah turun langsung ke lapangan sudah menjadi bukti nyata yang tak terbantahkan. Dalam setiap kunjungan, kami tidak hanya mendengar keluhan petani, tetapi juga menghadirkan solusi konkret, dari penyediaan benih, pupuk, alat dan mesin pertanian, hingga jaminan akses pasar. Di sinilah komunikasi publik menemukan makna sejatinya: bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi menunjukkan kehadiran nyata negara yang menumbuhkan kepercayaan petani kepada pemerintah.

Filosofi ini menjadi arah bagi komunikasi yang inklusif dan partisipatif. Bagi Kementerian Pertanian, petani bukan objek kebijakan, melainkan subjek utama yang ikut menentukan arah pembangunan. Oleh karena itu, pola komunikasi kami bukan membicarakan petani, tetapi berbicara dengan dan di hadapan petani, mendengar langsung suara mereka sebagai dasar setiap keputusan dan langkah kebijakan.

C. Mendengar Langsung Suara Petani

Filosofi Kementerian Pertanian menegaskan bahwa pemimpin sejati lahir dari kehadiran di lapangan. Kebijakan yang baik tidak lahir dari ruang rapat, tetapi dari pemahaman langsung atas kebutuhan dan tantangan nyata masyarakat. Karena itu, turun ke lapangan bukan sekedar pilihan, melainkan kewajiban moral dan profesional. Prinsip *“kebijakan lahir dari lapangan, bukan dari balik meja”* menjadi nafas bagi seluruh jajaran Kementerian Pertanian. Setiap pejabat dituntut hadir bersama petani, bukan hanya melihat, tetapi juga mendengar, merasakan dan mencari solusi nyata.

Filosofi ini diwujudkan melalui kunjungan langsung ke berbagai pelosok negeri, dari Sabang hingga Merauke, bukan di pusat kota yang nyaman, melainkan di desa-desa yang kerap terpinggirkan. Setiap kunjungan menjadi ruang dialog terbuka antara pemerintah dan petani, tempat aspirasi bertemu dengan aksi nyata.

Melalui kehadiran langsung di lapangan, Kementerian Pertanian membuktikan bahwa kebijakan pertanian harus berpijak pada realitas dan suara petani sendiri. Dari dialog semacam inilah lahir pemahaman yang utuh tentang tantangan yang mereka hadapi, sehingga setiap

kebijakan dapat direspons dengan cepat, tepat, dan menyentuh kebutuhan nyata masyarakat tani.

Pada 24 Mei 2025 di Kabupaten Ngawi, Jawa Timur, kami bersama Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka turun langsung ke sawah untuk menanam padi dengan mesin tanam modern. Selain meninjau teknologi pertanian, kami juga berdialog dengan petani mengenai kebutuhan pupuk, bibit, dan irigasi. Kunjungan ini menegaskan komitmen pemerintah dalam pemenuhan kebutuhan petani dan upaya mewujudkan swasembada pangan nasional.

Demikian pula pada 16 November 2024, Kabupaten Lampung Tengah menjadi salah satu titik tujuan kunjungan penting dalam upaya mendukung peningkatan produksi pangan nasional melalui Optimasi Lahan (Oplah) dan Brigade Pangan. Dalam kunjungan tersebut, dialog terbuka dengan para petani menjadi sarana untuk menampung aspirasi mereka, mulai dari kebutuhan pupuk, benih unggul, hingga akses terhadap alat dan mesin pertanian moderna. Dari pertemuan itu semakin teguh keyakinan bahwa pemerintah berkewajiban mendukung petani secara menyeluruh, baik melalui permodalan maupun teknologi, agar produktivitas dan kemandirian pangan dapat terus meningkat.

Filosofi kerja yang dijalankan dan dijadikan model seluruh jajaran Kementan sejatinya sejalan dengan prinsip komunikasi partisipatif. Dalam pendekatan ini, masyarakat, termasuk petani diposisikan sebagai subjek aktif, bukan sekedar objek penerima kebijakan. Pembangunan harus berlangsung secara dua arah, di mana masyarakat terlibat langsung dalam proses perumusan kebijakan. Melalui dialog yang terbuka dan kolaboratif, setiap kebijakan yang lahir mencerminkan kebutuhan nyata di lapangan, bukan hanya sudut pandang pemerintah.

Paulo Freire (2006), tokoh penting teori komunikasi partisipatif, menekankan perlunya hubungan egaliter antara pemerintah dan masyarakat. Kehadiran pemimpin di tengah petani untuk mendengar langsung aspirasi dan kegelisahan mereka mencerminkan komunikasi yang efektif, di mana petani menjadi subjek aktif pembangunan. Filosofi "mendengar langsung" ini juga menjawab krisis representasi dalam kebijakan publik. Terlalu sering, kebijakan disusun berdasarkan data statistik atau laporan birokratis yang kering, tanpa menghirup udara nyata dari lapangan. Padahal, dalam berbagai kesempatan, kebijakan yang tidak berpijak pada kenyataan petani hanya akan menjadi dokumen administratif yang gagal menjawab masalah *riil*.

D. Pendampingan Protokol: Menyambung Tali Koordinasi dan Kolaborasi

Protokol seringkali identik dengan seremonial atau administratif. Namun, bagi seorang pemimpin yang sering turun ke lapangan, pendampingan protokol memiliki peran penting. Peran mereka sering luput dari perhatian karena ketika seorang menteri turun ke lapangan, sorotan publik biasanya terfokus pada pernyataan, interaksi, dan kebijakan yang diumumkan. Padahal bagi gaya kepemimpinan yang menekankan pentingnya kehadiran langsung di lapangan, peran protokol menjadi sangat penting, layaknya urat nadi menjadi penghubung bagi semua komponen kegiatan yang terlibat.

Sering kali, protokol dipersepsikan sebatas urusan seremonial atau administratif. Namun, bagi seorang pemimpin yang menempatkan lapangan sebagai ruang kerja utama, peran protokol justru menjadi kunci yang tak tergantikan. Saat seorang menteri turun ke sawah,

meninjau lahan, atau berdialog dengan petani, perhatian publik biasanya tertuju pada kebijakan dan interaksi yang terjadi di depan kamera. Padahal, di balik kelancaran setiap kunjungan tersebut, ada kerja senyap para petugas protokol yang memastikan setiap langkah, waktu, dan koordinasi berjalan tepat. Dalam konteks kepemimpinan yang menekankan kehadiran langsung, protokol bukan sekadar pendamping, melainkan urat nadi penghubung yang menyatukan seluruh elemen kegiatan agar tujuan lapangan benar-benar tercapai.

Dalam konteks komunikasi pemerintahan modern, protokol berperan sebagai fasilitator utama yang menjembatani koordinasi antara kementerian, pemerintah daerah, kelompok tani, penyuluh pertanian, aparat keamanan, hingga tokoh adat, dan pemuka masyarakat setempat. Protokol wajib paham visi-misi menteri yang didampingi dan mampu menerjemahkannya kepada seluruh pihak terkait. Tanpa perencanaan matang dan koordinasi solid dari tim protokol, kunjungan Menteri Pertanian ke lapangan akan sangat kosong dan hampa. Kunjungan kerja kami akan kehilangan makna substantifnya sebagai sarana mendengar suara petani, serta meresponnya secara cepat dan tepat.

Kedekatan kementerian dengan rakyat mutlak diwujudkan melalui kunjungan kerja ke seluruh penjuru Indonesia. Dalam konteks ini, tim protokol tidak sekadar mengatur jadwal atau susunan acara. Protokol berperan penting dalam membangun ekosistem lapangan yang kondusif agar pesan kami tersampaikan dan dialog dengan publik berlangsung efektif. Untuk itu, tim protokol harus bisa membaca kultur sosial budaya wilayah setempat, menyesuaikan model komunikasi

dengan karakter warga, serta menciptakan ruang dialog tanpa jarak antara menteri dan warga.

Tugas protokol di lapangan bukanlah hal sederhana. Tantangan yang dihadapi sangat beragam dan bergantung pada karakteristik wilayah yang dikunjungi. Di kawasan timur Indonesia seperti Papua dan Nusa Tenggara Timur, hambatan utama sering muncul adalah keterbatasan akses transportasi, akomodasi, serta jaringan komunikasi. Pendekatannya akan sangat berbeda dengan wilayah Jawa yang fasilitas dan aksesnya lebih mudah, tetapi tantangannya akan lebih kepada birokrasi dan kepadatan penduduk. Tim protokol dituntut adaptif dan lentur, memahami bahwa penanganan dan mekanisme koordinasinya tidak bisa disamaratakan.

Selain aspek teknis, protokol juga memegang peran strategis sebagai penghubung komunikasi antar lembaga. Keberhasilan setiap kunjungan kerja di daerah sangat bergantung pada seberapa efektif komunikasi dan kolaborasi tim protokol membangun koordinasi yang solid dengan pemda, Dinas Pertanian setempat, TNI/Polri, serta para tokoh dan kelompok masyarakat.

Di sinilah peran tim protokol menjadi krusial sebagai pengatur orkestrasi lapangan. Mereka menyambungkan titik-titik komunikasi ini agar berjalan harmonis. Dalam banyak kasus, pendampingan protokol justru menjadi pembuka jalan terjadinya kolaborasi jangka panjang antara Kementerian Pertanian dan pemangku kepentingan lokal menjadi sebuah manfaat yang melampaui satu kali kunjungan.

Misalnya, ketika kami mengunjungi Lampung Tengah untuk meninjau optimasi lahan dan bertemu petani, keberhasilan kegiatan tidak hanya ditentukan oleh substansi yang dibawa, tetapi juga peran

protokol yang merancang acara agar terbuka untuk diskusi antara petani, pemerintah daerah, dan kementerian. Hasil dialog tersebut kemudian diolah menjadi kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan lokal, seperti penambahan bantuan benih, pemerataan distribusi pupuk, atau penyediaan alat mesin pertanian.

Protokol juga berperan memastikan setiap detik waktu menteri di lapangan memberikan dampak maksimal dan menyentuh titik-titik krusial. Mereka merancang rute kunjungan dengan presisi, menentukan siapa yang harus ditemui, serta mengatur alur dialog agar tetap fokus namun lentur terhadap dinamika lapangan. Di balik kesibukan itu, tim protokol sering menjadi pendengar pertama dari keresahan petani, aspirasi kepala desa, hingga persoalan teknis yang muncul spontan di lokasi.

Masukan-masukan inilah yang kemudian mereka teruskan secara struktural kepada pimpinan, menjadikan peran protokol tidak hanya administratif, tetapi juga strategis dalam menjembatani komunikasi langsung antara masyarakat dan pemerintah.

Dalam konteks komunikasi pembangunan, pendampingan protokol merepresentasikan bentuk komunikasi organisasi yang kontekstual dan berorientasi pada keberlanjutan. Mereka tidak hanya mengatur peristiwa, tetapi juga memastikan bahwa komunikasi yang terjadi bersifat dua arah, bermakna, dan berdampak. Kunjungan kami ke daerah tidak lagi menjadi sekadar kegiatan seremonial atau pencitraan, tetapi menjadi ruang kolaborasi dan sinkronisasi arah pembangunan pertanian nasional.

Dengan demikian, protokol bukan hanya pelengkap kegiatan, melainkan garda terdepan yang menyambung seluruh simpul

komunikasi antara pusat dan daerah, pemerintah dan rakyat, serta gagasan dan pelaksanaan. Di tangan mereka, filosofi “turun ke lapangan” terwujud secara konkret, kunjungan berubah menjadi aksi nyata, dan dialog berkembang menjadi kebijakan yang langsung menyentuh kebutuhan petani Indonesia.

E. Dari Lapangan, Membangun Narasi Keberpihakan kepada Petani

Sejak kembali mengemban amanah sebagai Menteri Pertanian pada penghujung 2023, prinsip yang kami pegang tetap sama seperti pada periode 2014-2019, yakni petani adalah jantung dari pembangunan pertanian nasional. Keberpihakan kepada mereka tidak diwujudkan lewat retorika, melainkan melalui pendekatan komunikasi yang otentik, membumi, dan hadir langsung di tengah kehidupan petani. Bagi kami, membangun pertanian berarti membangun manusia yang menggerakkannya — petani yang menjadi sumber kekuatan sekaligus tujuan akhir dari setiap kebijakan.

Di tengah tantangan sektor pertanian, mulai dari iklim yang makin ekstrem, keterbatasan akses pupuk, hingga fluktuasi harga hasil panen, semangat petani mudah goyah jika tidak disemai harapan. Oleh karena itu, komunikasi bukan hanya alat penyampai pesan, tetapi menjadi energi yang menyalakan kembali kepercayaan dan optimisme petani terhadap negara.

Strategi komunikasi tidak semata-mata disusun dari balik meja rapat, melainkan harus berakar pada realitas yang dihadapi para petani di lapangan. Oleh karena itu, seluruh jajaran Kementerian Pertanian dituntut hadir langsung di tengah-tengah petani, ikut terlibat dalam

proses tanam dan panen, berdialog di rumah-rumah petani, serta membangun komunikasi yang terbuka dan membumi.



Gambar 10. Menteri Pertanian berkomunikasi dengan petani di Maumere, Nusa Tenggara Timur, 6 Juni 2025

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Di ruang-ruang nyata inilah narasi keberpihakan disampaikan dengan bahasa yang lugas, tindakan yang konkret, dan empati yang terasa tulus. Bagi kami, kehadiran pemerintah harus dirasakan, bukan sekadar dijanjikan.

“Kita harus tumbuh bersama di negeri ini. Jika ada rakyat yang menghadapi masalah, kita turun tangan dan mencari solusinya.”

Pernyataan ini kami tegaskan saat kunjungan kerja ke Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara, pada Jumat, 27 Desember 2024. Dalam kesempatan tersebut, kami meninjau langsung kondisi bendungan yang menopang persawahan dan mendenarkan kisah serta keluhan para petani. Kunjungan ini menjadi wujud nyata komunikasi kebijakan yang menggabungkan kehadiran fisik, empati verbal, dan aksi langsung—sebuah praktik yang jarang dijumpai dalam komunikasi pemerintahan pada umumnya.

Sebagai institusi yang menaungi sektor pertanian dan bertanggung jawab atas kesejahteraan petani, sudah sepantasnya kita menyebut petani sebagai “pahlawan pangan”. Sebutan ini bukan sekadar simbol, melainkan bentuk penghormatan atas peran besar petani dalam menjaga kedaulatan pangan Indonesia. Narasi ini juga menumbuhkan kebanggaan dan rasa percaya diri petani sekaligus memperkuat keyakinan bahwa pemerintah hadir untuk menghargai dan mendukung setiap jerih payah dan kerja keras mereka selama ini.



Gambar 11. Menteri Pertanian kunjungan kerja dan berkomunikasi dengan petani, 3 Januari 2025

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Kekuatan utama dari strategi komunikasi verbal adalah keautentikan. Seorang pemimpin harus bicara dengan hati, tidak dibuat-buat, menggunakan bahasa daerah saat diperlukan, dan lebih sering mendengar ketimbang berbicara. Keberpihakan bukan hanya ditunjukkan lewat data statistik, tetapi melalui empati dan respons cepat. Dalam konteks komunikasi pembangunan, pendekatan ini sangat kuat karena menyentuh dimensi afektif dan kognitif secara bersamaan dalam membangkitkan semangat sekaligus memicu aksi.

Dari sawah hingga layar gawai, narasi keberpihakan terhadap petani terus bergema. Meski belum semua wilayah sempat dikunjungi, semangatnya sudah lebih dulu menjangkau petani di penjuru negeri.

Mereka mulai percaya bahwa giliran mereka akan datang, dan pemerintah akan hadir pula di tempat mereka.

Lebih dari sekadar membangun citra, strategi komunikasi ini menumbuhkan optimisme kolektif. Layaknya benih yang ditanam dengan cinta, semangat petani yang tersiram harapan akan tumbuh menjadi kekuatan baru bagi ketahanan dan produktivitas pertanian nasional.

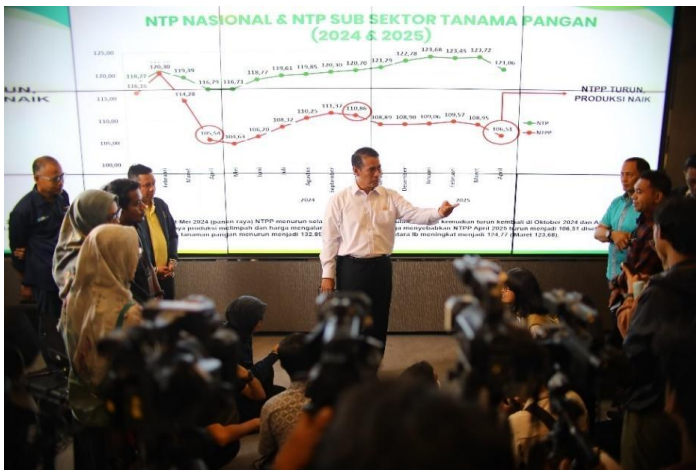
F. Optimalisasi Media Lapangan

Di tengah derasnya arus komunikasi digital yang berlangsung begitu cepat dan masif, efektivitas sebuah pesan tidak lagi semata bergantung pada isi atau substansinya saja. Kini, keberhasilan komunikasi juga sangat ditentukan oleh sejauh mana pesan tersebut dapat menjangkau audiens luas dan menggema di berbagai lapisan masyarakat.

Tantangan ini dijawab secara sigap dan strategis oleh Humas Kementerian Pertanian melalui pendampingan intensif dalam setiap kunjungan kerja ke berbagai daerah Indonesia. Bagi kami, aktivitas di lapangan bukan sekadar dokumentasi atau peliputan, tetapi sarana strategis untuk menghadirkan narasi kebijakan dan komitmen keberpihakan kepada petani secara nyata. Lapangan menjadi panggung utam komunikasi publik, tempat pesan-pesan kunci disampaikan langsung, relevan dengan konteks lokal, dan benar-benar membumi di tengah masyarakat.

Kunjungan kerja menjadi momentum penting dalam komunikasi publik Kementan. Pada momen inilah tim kehumasan mengambil peran strategis, tidak sekedar mendokumentasikan, kegiatan tetapi mengubahnya menjadi cerita yang kuat, menyentuh, dan mudah

dipahami masyarakat. Tim kehumasan di lapangan yang terdiri atas fotografer, videografer, dan penulis siaran pers bekerja sinergis untuk menghasilkan konten menarik yang menonjolkan narasi utama kementerian. Hasil liputan kemudian dikemas dalam bentuk siaran pers, foto, dan video yang disebarluaskan melalui media massa serta berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan Youtube sehingga pesan kementerian dapat menjangkau publik lebih luas dan berdampak.



Gambar 12. Menteri Pertanian melakukan konferensi pers beras oplosan, 3 Juni 2025

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Dokumentasi lapangan menjadi aset strategis dalam membentuk citra dan kredibilitas pemerintah. Kehadiran tim pelaksana kehumasan di lokasi kunjungan kerja berperan penting dalam menangkap berbagai momen. Setiap interaksi yang terjadi baik dengan petani atau penyuluh bahkan ketegasan kami terhadap perangkat

pemerintah daerah, respons dan gerak cepat kami menangani permasalahan pertanian di daerah, semuanya diabadikan oleh tim humas menjadi cerita yang penuh makna.

Salah satu dokumentasi yang menyebar luas adalah liputan inspeksi mendadak (sidak) ketersediaan bahan pangan menjelang Ramadan di Pasar Lenteng Agung, Jakarta Selatan, 8 Maret 2025. Temuan ketidaksesuaian antara label dan isi minyak goreng kemasan Minyakita setelah penakaran langsung perhatian publik. Di balik momen tersebut, tim humas Kementan bekerja sigap membidik dan merekam setiap detik kejadian, lalu mengolahnya menjadi rilis berita dan konten video yang disebarakan melalui media massa dan media sosial. Hasil kerja cepat dan presisi ini membuat liputan tersebut viral, diangkat oleh berbagai media nasional, dan menjadi perbincangan masyarakat luas.



Gambar 13. Menteri Pertanian pelaksanaan sidak cek harga jelang Ramadan di Pasar

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Konten seperti ini mampu menyentuh emosi, membangun kedekatan, dan yang terpenting menumbuhkan kepercayaan publik. Berbeda dengan pernyataan resmi yang sering terasa kaku dan formal. Dokumentasi lapangan menampilkan sisi kemanusiaan pemerintah yang nyata dan mudah dirasakan masyarakat. Inilah kekuatan komunikasi publik berbasis empati, lebih hangat, autentik, dan terbukti jauh lebih efektif membangun kepercayaan publik daripada rilis formal semata.

Pendekatan ini memastikan pesan-pesan kebijakan pertanian menjangkau seluruh pelosok negeri, bahkan ke mereka yang tidak hadir langsung di lokasi acara. Bayangkan, seorang petani di sudut terpencil Maluku dapat menyaksikan Menteri Pertanian berdialog hangat dengan petani jagung di Grobogan, atau melihat langsung pengumuman bantuan benih dari tengah sawah di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Cerita-cerita seperti ini bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga menumbuhkan rasa kedekatan, menunjukkan bahwa pemerintah benar-benar hadir dan peduli terhadap kehidupan petani di lapangan. Inilah yang membangun koneksi emosional antara negara dan para pejuang pangan kita.

Strategi dokumentasi ini tidak sekadar tetapi merekam peristiwa, tetapi menjadi sarana edukasi yang kuat bagi masyarakat. Melalui tayangan, foto, dan cerita dari lapangan, publik diajak menyaksikan langsung bagaimana sebuah kebijakan pertanian dirumuskan. Masyarakat dapat melihat bagaimana aspirasi petani di desa menjadi bahan pertimbangan di tingkat pusat, bagaimana suara-suara di sawah dan ladang diterjemahkan menjadi program nyata, serta bagaimana keputusan strategis diambil bukan hanya di ruang rapat, tetapi di tengah rakyat. Hal ini bukan sekadar penyampaian informasi,

melainkan wujud nyata transparansi dan akuntabilitas pemerintah kepada masyarakat.

Dalam tataran internal, dokumentasi lapangan juga menjadi referensi penting bagi jajaran Kementerian Pertanian. Melalui video dan dokumentasi lapangan, satuan kerja pusat dapat memahami lebih baik kondisi nyata di daerah dan mengidentifikasi celah kebijakan atau kebutuhan yang belum terakomodasi. Dengan demikian, media lapangan tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi eksternal, tetapi juga menjadi instrumen strategis untuk memperkuat respons kebijakan dari dalam.

Dengan menempatkan pelaksana kehumasan sebagai penghubung komunikasi, Kementerian Pertanian terus memperkuat perannya sebagai produsen sekaligus distributor pesan-pesan kunci yang membentuk persepsi publik. Upaya ini tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga menghadirkan negara secara nyata melalui kehadiran langsung di lapangan, mendengarkan aspirasi masyarakat, dan memberikan respons secara konkret kebutuhan mereka.



Gambar 14. Situasi di balik layar peliputan kegiatan di Gedung F Kantor Pusat Kementerian Pertanian, 7 Juni 2024

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Di tengah derasnya arus informasi dan meningkatnya ekspektasi publik terhadap transparansi, kecepatan, dan kedalaman pesan menjadi kunci kepercayaan. Di sinilah media lapangan memainkan peran sentral. Melalui optimalisasi berbagai kanal komunikasi yang bersentuhan langsung dengan masyarakat tani, pemerintah tidak hanya menjaga kredibilitasnya, tetapi juga memperkuat posisi petani sebagai aktor utama dalam mewujudkan kedaulatan pangan. Petani tidak sekadar diberi ruang untuk bersuara, tetapi diangkat harkatnya, dimuliakan perannya, dan ditempatkan sebagai bagian tak terpisahkan dari wajah Indonesia yang berdaulat dan berdaya.

BAB 4

SETIAP DETIK MEMILIKI ARTI, UPAYA MEMBANGUN HUBUNGAN MEDIA YANG HANGAT DAN BERSAHABAT

"I still believe that if your aim is to change the world, journalism is a more immediate short-term weapon."

(Penulis, Tom Stoppard)

Tidak ada satu pun detik yang boleh disia-siakan, terutama dalam menyampaikan informasi yang menyangkut kepentingan masyarakat luas. Di tengah derasny arus informasi, pemerintah dituntut hadir dengan pesan yang jelas, tepat, dan mudah diterima oleh seluruh lapisan masyarakat. Komunikasi publik bukan sekadar proses penyampaian informasi, tetapi juga menjadi seni membangun kepercayaan, menjaga reputasi, dan menumbuhkan hubungan yang tulus antara pemerintah dan publik.

Salah satu kunci keberhasilan komunikasi publik terletak pada terbangunnya hubungan yang hangat dengan media massa. Media bukan sekadar perantara antara institusi dan masyarakat, tetapi juga mitra strategis yang berperan penting dalam menyampaikan capaian, kebijakan, serta semangat perubahan yang dijalankan pemerintah.

A. Bersama Media, Menyuarakan Pesan untuk Negeri

Kementerian Pertanian terus menekankan pentingnya membangun hubungan yang erat, hangat, dan berkelanjutan dengan media massa. Wartawan disambut layaknya sahabat dan saudara, karena media massa

memiliki peran krusial dalam menyuarakan program, kebijakan, serta capaian sektor pertanian. Melalui pemberitaan di kanal media, Kementerian Pertanian dapat menjaring aspirasi, harapan dan kebutuhan masyarakat di seluruh penjuru Indonesia, sekaligus memastikan capaian dan kinerja institusi dapat menjangkau publik secara luas.

Peran media massa dalam menyuarakan berbagai program, kebijakan, dan capaian sektor pertanian tidak bisa dipandang sebelah mata. Informasi dari media massa mampu meningkatkan pemahaman publik, membentuk persepsi positif, serta memperkuat dukungan terhadap agenda pembangunan pertanian nasional. Oleh karena itu, Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian, terus mengedepankan strategi *media relations* yang bersifat kolaboratif dan partisipatif.

Sebagai contoh, pada Apel Aiaga alsintan di Markas Komando Daerah Militer III Siliwangi, Bandung, Jawa Barat, pada tanggal 7 Mei 2024, kami secara terbuka mengajak wartawan untuk turut mengawasi jalannya pendistribusian pupuk bersubsidi yang saat ini kuotanya telah ditingkatkan 100 persen. Langkah ini mencerminkan komitmen Kementerian Pertanian dalam mewujudkan transparansi, akuntabilitas, dan kolaborasi nyata dengan media demi kepentingan petani dan masyarakat luas.

"Kalau nanti ada yang mempersulit, lapor ke wartawan biar cepat sampai ke saya. Sampaikan ke wartawan ada yang nakal dari distributor maupun pengecer. Semua harus berkontribusi pada merah putih di sektor pangan, termasuk para wartawan."



Gambar 15. Apel siaga Alsintan di Bandung, Jawa Barat, 7 Mei 2024
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Hal ini menjadi bukti nyata bahwa Kementerian Pertanian membangun hubungan dengan media bukan sekadar transaksi informasi, melainkan kemitraan yang lahir dari rasa saling percaya. Wartawan merupakan agen dan garda terdepan untuk menyuarakan narasi besar tentang ketahanan pangan, kesejahteraan petani, dan kemajuan pertanian Indonesia. Relasi tidak hanya bersifat formal, tetapi melalui pendekatan personal, komunikasi yang terbuka, dan respons cepat terhadap kebutuhan media.

Bersama media, Kementerian Pertanian berkomitmen bahwa setiap langkah pembangunan tidak hanya berjalan, tetapi juga terdengar, dipahami, dan didukung masyarakat. Dibalik kemajuan sektor

pertanian, terdapat cerita-cerita inspiratif yang perlu terus disuarakan. Salah satu pesan penting yang ingin digaungkan adalah program swasembada pangan—sebuah upaya strategis untuk mewujudkan kemandirian pangan Indonesia dan mengurangi ketergantungan pada impor.

Melalui kolaborasi intens dengan media nasional, Kementerian Pertanian berhasil menyuarkan program ini dengan cara yang jelas dan komprehensif. Media massa baik cetak, televisi, maupun *online* menjadi saluran utama dalam mengedukasi publik mengenai pentingnya swasembada pangan serta langkah konkret yang ditempuh pemerintah untuk mencapainya.

Sejumlah media besar, seperti Kompas, Metro TV, dan detik.com, turut mengangkat berita yang fokus pada kisah-kisah sukses petani yang berhasil meningkatkan produksi beras melalui penerapan teknologi pertanian modern dan dukungan sarana produksi dari Kementerian Pertanian. Pemberitaan tidak hanya menyajikan data statistik, tetapi juga menghadirkan sisi humanis, kisah perjuangan, ketekunan, semangat dan kerja keras petani sebagai pilar ketahanan pangan bangsa.

Selain media nasional, peran media lokal memainkan peran strategis dalam menyebarkan pesan pembangunan pertanian hingga ke pelosok Indonesia. Dengan dukungan media lokal, narasi kemajuan pertanian tidak berhenti di kota besar, melainkan menjangkau desa-desa dan wilayah terpencil, memastikan setiap warga merasakan denyut pembangunan pertanian nasional.

B. Menyulam Pesan, Merawat Hubungan: Strategi Media Relations Kementerian Pertanian

Kementerian Pertanian memahami betul bahwa di tengah arus informasi yang begitu cepat, strategi media relations menjadi kunci agar pesan-pesan kebijakan dapat tersampaikan dengan tepat dan berdampak. Strategi media relations Kementerian Pertanian tidak semata fokus pada publikasi, tetapi juga menekankan pentingnya hubungan jangka panjang dengan pekerja media, baik di tingkat jurnalis bahkan level pimpinan redaksi. Hubungan ini bukan sekadar berbasis kebutuhan sesaat, melainkan bentuk kemitraan strategis dalam menyuarakan pembangunan pertanian nasional

Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah proaktif membangun narasi positif. Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian secara rutin menerbitkan siaran pers yang bersumber dari kegiatan pimpinan/lembaga, klarifikasi isu, hingga laporan kinerja dan data terbaru. ataupun laporan kinerja/data terbaru dari Kementerian Pertanian.

Siaran pers Kementerian Pertanian dibuat dengan standar layaknya berita yang siap dinaikkan oleh media. Kusumaningrat & Kusumaningrat (2009) dalam bukunya berjudul *Jurnalistik: Teori dan Praktik* menyebutkan beberapa unsur kelayakan berita antara lain, berita harus akurat; berita harus lengkap, adil, dan berimbang; berita harus objektif; dan berita harus hangat. Selain itu, siaran pers ditulis dengan format mengikuti kaidah jurnalistik dan memiliki nilai berita. Beberapa nilai berita yang umum dalam dunia jurnalistik, yaitu *timeliness, proximity, prominence, consequence, magnitude, dan human interest*.

Strategi meramu siaran pers dalam format berita diharapkan dapat menggugah dapur redaksi media massa untuk secara mudah meloloskan siaran pers tersebut menjadi berita media massa yang tersebar ke masyarakat luas. Strategi lainnya adalah menjaga kecepatan dan relevansi informasi. Tim humas Kementerian Pertanian selalu berusaha menjadi yang pertama dalam memberikan klarifikasi atas isu pertanian yang berkembang. Ketika muncul isu krisis harga, keterbatasan pasokan pangan, atau bencana yang berdampak pada sektor pertanian, respons cepat dalam bentuk rilis resmi, tanggapan juru bicara, dan pernyataan dari pimpinan kementerian menjadi garda depan. Ini penting untuk menghindari disinformasi dan menjaga kepercayaan publik.

Selain itu, Biro Komunikasi dan Layanan Informasi juga memfasilitasi kegiatan konferensi pers sebagai sarana dialog langsung antara pemerintah dan media. Sejalan dengan pandangan Howard & Mathews *on Deadline Managing Media Relations*, konferensi pers menjadi salah satu alat strategis untuk mengumumkan program prioritas maupun memberikan klarifikasi atas isu yang berkembang, memastikan pesan Kementerian Pertanian tersampaikan secara terbut, faktual dan kredibel.



Gambar 16. Menteri Pertanian konferensi pers di lobi Gedung A Kantor Pusat
Kementerian Pertanian, 30 Januari 2025

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Dalam pelaksanaannya, konferensi pers umumnya digelar di akhir kegiatan. Pada sesi ini, juru bicara Kementerian Pertanian menyampaikan pernyataan resmi terkait topik yang dibahas, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab interaktif bersama wartawan.

Melalui konferensi pers, Humas Kementerian Pertanian secara terbuka mengundang insan media untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Prinsip kebebasan pers dijunjung tinggi, sehingga wartawan memiliki ruang untuk mengajukan pertanyaan atau mendiskusikan isu lain di luar kegiatan yang diliput. Namun demikian setiap tanggapan yang diberikan tetap berpedoman pada rambu-rambu komunikasi resmi yang disampaikan sesuai dengan kapasitas serta

kewenangan informasi yang dimiliki Kementerian Pertanian guna menjaga akurasi dan kredibilitas pesan publik.

Kegiatan media relations lainnya yang dilakukan oleh Kementerian Pertanian adalah pertemuan bersama pemimpin redaksi media. Pemimpin redaksi adalah tokoh penting dalam dapur redaksi yang memegang tanggung jawab dalam menentukan arah editorial dan konten yang disebarkan ke publik. Dengan mengadakan pertemuan pemimpin redaksi, kami dapat memastikan bahwa informasi pembangunan pertanian disampaikan secara tepat, akurat, dan relevan oleh media, sehingga dampak penyebaran informasi akan lebih luas dan efektif.

Dengan mengadakan pertemuan pemimpin redaksi, kami dapat mendorong media massa untuk memberikan perhatian lebih besar pada isu-isu pembangunan pertanian. Hal ini dapat memotivasi media untuk membuat liputan berkelanjutan, reportase mendalam, atau bahkan program khusus yang membahas sektor pertanian. Liputan seperti ini sangat penting untuk mengedukasi publik secara terus-menerus mengenai pentingnya pembangunan pertanian bagi ketahanan pangan nasional.

Salah satu pertemuan pemimpin redaksi digelar pada 10–12 Juli 2025 di Makassar, Sulawesi Selatan. Kegiatan ini dihadiri oleh para pemimpin redaksi nasional terkemuka antara lain dari Kompas, Antara, CNN Indonesia TV, Tribun Network, Liputan 6, CNBC, Investor Daily.

Pada pertemuan tersebut, kami memaparkan poin-poin sejumlah isu strategis dan capaian penting sektor pertanian. Pembahasan mencakup potensi krisis pangan akibat krisis iklim; upaya kolaboratif untuk meningkatkan produksi dan memenuhi kebutuhan

pangan nasional; serta gerak cepat Kementerian Pertanian untuk mengatasi dampak kekeringan melalui pompanisasi, optimasi lahan, dan budidaya padi gogo; serta kisah sukses program dan kebijakan Kementerian Pertanian dalam mengatasi dampak kekeringan.

Dalam forum tersebut, Kementerian Pertanian memaparkan sejumlah isu strategis dan capaian penting sektor pertanian. Pembahasan mencakup potensi krisis pangan akibat perubahan iklim, upaya kolaboratif untuk meningkatkan produksi dan memenuhi kebutuhan pangan nasional, serta langkah-langkah tanggap Kementerian Pertanian dalam mengatasi dampak kekeringan melalui program pompanisasi, optimasi lahan, dan budidaya padi gogo.

Selain itu, turut disampaikan pula kisah sukses program dan kebijakan Kementerian Pertanian dalam menghadapi tantangan iklim ekstrem dan menjaga stabilitas produksi pangan nasional. Melalui pertemuan ini, Kementerian Pertanian memperkuat sinergi dengan media sebagai mitra strategis dalam membangun narasi positif pertanian Indonesia yang tangguh dan berdaulat.



Gambar 17. Pertemuan Mentan dengan Pemimpin Redaksi, 10-12 Juli 2025
di Makassar

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Dari pertemuan tersebut, pemimpin redaksi menyatakan komitmennya untuk terus mendukung narasi pembangunan pertanian nasional. Selain itu, terjalin pula kesepakatan berupa liputan khusus di beberapa sentra produksi pangan prioritas.

Strategi relasi media yang dirancang oleh Kementerian Pertanian tidak hanya bertujuan menyebarkan informasi, tetapi juga membangun ekosistem komunikasi yang sehat, terbuka dan berkelanjutan dengan media massa. Hubungan yang terjalin baik dengan insan pers, baik di tingkat jurnalis hingga pemimpin redaksi menjadi fondasi strategis dalam memperkuat narasi pembangunan pertanian.

Dengan demikian, pesan-pesan strategis Kementerian Pertanian dapat tersampaikan secara luas, tepat sasaran, dan berdampak positif,

sekaligus meningkatkan pemahaman serta partisipasi publik dalam mewujudkan ketahanan pangan nasional.

C. Menteri Pertanian Berperan di Garda Depan Komunikasi

Dalam komunikasi publik di lingkungan Kementerian Pertanian, Menteri Pertanian memiliki peran sentral dalam menguatkan pesan-pesan kelembagaan. Selain sebagai pengambil kebijakan, kami juga berperan sebagai juru bicara utama yang menyampaikan langsung arah, kebijakan, dan capaian sektor pertanian kepada publik.

Kehadiran Menteri sebagai wajah komunikator utama bukan sekadar langkah simbolis, melainkan wujud nyata komitmen terhadap transparansi, kecepatan respons, dan kedekatan dengan masyarakat. Melalui peran ini, pesan-pesan strategis Kementerian Pertanian tersampaikan dengan lebih kuat, kredibel, dan menyentuh langsung kebutuhan serta harapan publik.



Gambar 18. Saat Doorstop usai sidak di Pasar Cipinang, 02 Maret 2025
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Sebagai pucuk pimpinan, sosok Menteri Pertanian dituntut untuk lugas, komunikatif, dan responsif. Dalam setiap konferensi pers, wawancara, maupun pernyataan resmi, Menteri kerap tampil langsung di depan publik dan media untuk menyampaikan informasi penting

Strategi terjun langsung sebagai juru bicara utama tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga memastikan bahwa setiap isu strategis ditanggapi langsung oleh pemegang otoritas tertinggi di Kementerian Pertanian. Pendekatan ini menjadi modal kuat dalam menghadapi krisis informasi, terutama saat muncul isu-isu sensitif seperti gejolak harga pangan atau kebijakan strategis nasional karena publik mendapatkan penjelasan yang cepat, jelas, dan kredibel langsung dari sumber utama.

Seperti dikemukakan oleh Howard & Mathews (2013), pemilihan juru bicara harus mempertimbangkan sejumlah kriteria penting. Seorang juru bicara ideal adalah sosok yang memiliki pengetahuan mendalam tentang topik, memahami tujuan organisasi, serta memiliki kemampuan untuk menyampaikan pendapat. Selain itu, juru bicara perlu memiliki kesiapan untuk berinteraksi dengan media serta gaya komunikasi dan kepribadian yang merepresentasikan citra organisasi.

Faktanya, kami tidak memiliki latar belakang pendidikan ilmu komunikasi secara formal. Namun, seiring waktu berjalan dan tuntutan tugas, kami terus mengasah kemampuan komunikasi melalui pengalaman langsung di lapangan, berinteraksi dengan petani, relasi, jurnalis, serta jajaran internal Kementerian pertanian. Melalui proses ini, kami belajar belajar memahami cara terbaik menyampaikan pesan agar tujuan dan kebijakan pembangunan pertanian dapat diterima, dipahami, dan didukung oleh masyarakat luas.

Meskipun demikian, pengalaman sebagai penyuluh pertanian dan dosen di Universitas Hasanuddin menjadi bekal penting dalam menjalankan peran sebagai juru bicara yang representatif dan kompeten. Dalam berbagai kesempatan, kami tidak hanya menjawab pertanyaan seputar agenda kegiatan, tetapi juga membuka ruang dialog untuk isu-isu aktual yang berkembang. Sikap ini mencerminkan fleksibilitas, keterbukaan dan kepekaan terhadap kebutuhan informasi jurnalis.

Lebih dari itu, gaya komunikasi yang lugas dan apa adanya. dipadukan dengan narasi yang kuat dan berbasis data membuat setiap pernyataan kami mudah dipahami, dikutip dan disebarluakan oleh media. Pendekatan ini memastikan pesan-pesan Kementerian Pertanian

lebih mudah menyebar luas, menembus ruang pemberitaan utama, dan menjangkau publik secara luas, efektif dan kredibel.

Dengan posisi strategis sebagai menteri di garda terdepan komunikasi publik, kami berupaya tidak hanya menjadi pemimpin birokrasi, tetapi juga komunikator publik yang andal dan inspiratif. Peran ini memperlihatkan bagaimana komunikasi yang kuat dari pucuk pimpinan mampu membentuk citra institusi yang responsif, terbuka, dan dipercaya publik.

D. Berkawan dengan Media

Dalam menjalankan strategi *media relations*, kami menekankan pendekatan interpersonal dengancinsan pers. Mengacu pada Franks Jefkins (1998) dalam buku *Public Relations*, hubungan yang baik dengan media dibangun melalui pemahaman terhadap kebutuhan medi, menyediakan materi yang relevan, dan reputasi yang dapat dipercaya. Kunci keberhasilan terletak pada keterbukaan, sikap suportif dan positif, empati, dan saling menghargai sehingga terjalin hubungan profesional yang kokoh dan berkelanjutan.

Dengan kata lain, keberhasilan media relations menuntut kepekaan, kepercayaan, dan hubungan yang hangat dengan media sebagai mitra strategis. Pendekatan inilah yang kami terapkan. Di setiap ruang publik, pimpinan Kementerian Pertanian tidak hanya menyampaikan pesan-pesan kebijakan, tetapi juga menunjukkan kedekatan dan keterbukaan kepada insan media.

Kementerian Pertanian memandang media bukan semata saluran informasi, melainkan mitra setara dalam menyuarakan

pembangunan pertanian. Hubungan ini dibangun melalui dialog yang intens, baik dalam forum resmi seperti konferensi pers maupun pertemuan informasi di sela kegiatan. Kami menerapkan gaya komunikasi yang santai namun tegas agar suasana lebih dan jurnalis leluasa bertanya serta merasa dihargai dalam proses komunikasi publik. Tidak jarang, setelah konferensi pers, kami melanjutkan percakapan sambil makan bersama tanpa jarak antara pejabat dan wartawan duduk di meja yang sama, berbagi pandangan tentang pertanian maupun obrolan ringan lainnya.



Gambar 19. Mentan bergurau dengan pewarta se usai konferensi pers di lobi
A, Kantor Pusat Kementerian Pertanian tahun 2025
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Kedekatan personal dengan media pun dibangun melalui berbagai pertemuan strategis, melalui *coffee morning* bersama rekan jurnalis hingga *chief editorial meeting* bersama pemimpin redaksi. Dalam kesempatan tersebut, kami berkomitmen untuk membangun komunikasi dua arah dengan mendengarkan masukan dari para jurnalis dan pemimpin redaksi, sekaligus menjelaskan secara terbuka arah kebijakan pertanian yang tengah dijalankan. Pendekatan ini menciptakan hubungan timbal balik yang sehat antara Kementerian Pertanian dan media, bukan sekadar hubungan formal yang kaku.

Kedekatan dengan insan pers juga tampak saat wartawan senior sekaligus pendiri Fajar Group berpulang pada 18 Januari 2025 lalu. Sebagai bentuk penghormatan dan empati, kami melakukan takziah ke rumah duka serta menyampaikan langsung belasungkawa kepada keluarga almarhum.

“Kami kehilangan sosok inspiratif, seorang tokoh pers yang telah memberikan kontribusi besar bagi dunia jurnalistik dan masyarakat Indonesia.”

Hakikatnya, kami memandang wartawan bukan hanya profesi, melainkan sahabat, keluarga, dan mitra perjuangan dalam memajukan sektor pertanian Indonesia. Kedekatan dan ketulusan dalam berinteraksi dengan insan pers menjadi pondasi kepercayaan dan hubungan yang hangat dengan media massa. Bersama media, kami tak hanya menyebarkan informasi, tetapi menanam harapan agar pertanian Indonesia tumbuh subur, petani sejahtera, dan Ibu Pertiwi berdiri tegak sebagai lumbung pangan dunia.

BAB 5

LEBIH PERSONAL LEWAT MEDIA SOSIAL

"Komunikasi yang baik itu bukan sekadar bicara, tetapi kemampuan untuk mendengarkan dan memahami apa yang dibutuhkan oleh rakyat."

(Presiden RI ke-3, B.J. Habibie, Habibie dan Demokrasi)

A. Perubahan Lanskap Komunikasi Publik

Secara mendasar, revolusi digital telah mengubah lanskap komunikasi publik. Di era media sosial, pola komunikasi tidak lagi bersifat satu arah dari pemerintah ke masyarakat tapi berkembang menjadi lebih dialogis, partisipatif, dan *real-time*. Fenomena ini menciptakan istilah “desa global”, di mana akses informasi tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Media sosial memberdayakan publik untuk lebih berperan aktif sebagai subjek dan juga katalis komunikasi, bukan sekadar penerima pesan. Akibatnya, distribusi informasi menjadi lebih masif, cepat, dan interaktif. Kini media sosial berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara institusi publik dan masyarakat, membangun hubungan yang lebih personal, responsif dan hangat.

Pada Sarasehan Ekonomi di Gedung Menara Mandiri, Presiden Prabowo Subianto menegaskan pentingnya menjalin komunikasi dan mendorong pemerintah lebih adaptif terhadap perubahan pola dan gaya komunikasi. "*Sudah saatnya kita lebih komunikatif, lebih proaktif dalam memberi keterangan tentang keadaan yang berlaku*", ujar Prabowo Subianto.

Kehadiran media sosial membentuk apa yang disebut Alvin Toffler sebagai *prosumer*. Individu bukan hanya konsumen informasi, tetapi juga produsen informasi. Adapun ciri utama masyarakat digital, yaitu aktif, kritis, dan mengharapkan transparansi dari penyelenggara negara.

Masyarakat digital ingin terlibat, mengetahui proses pengambilan keputusan, dan mendapatkan akses data yang terbuka (*open government*) bukan sekadar ingin diberi informasi. Hal ini sejalan dengan konsep *public sphere* dari Jurgen Habermas (1989), di mana ruang publik harus diisi dengan diskusi rasional antara pemerintah dan warganya.

B. Peran Media Sosial di Kementerian Pertanian

Dalam konteks pemerintahan, media sosial telah menjadi instrumen strategis untuk membangun citra, menyampaikan kebijakan, sekaligus merespons krisis secara cepat. Teori *Agenda Setting* dari Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972) menyebutkan bahwa media memiliki kekuatan untuk memengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik. Kehadiran media sosial semakin memperkuat teori tersebut, karena memungkinkan institusi publik untuk mengelola isu dan persepsi secara langsung serta berinteraksi tanpa perantara dengan masyarakat.

Oleh karena itu, Kementerian Pertanian memanfaatkan berbagai platform digital, seperti Instagram, TikTok, X (dulu Twitter), Facebook, YouTube, dan WhatsApp Channel sebagai kanal strategis dalam pelaksanaan fungsi kehumasan dan penyebaran informasi publik. Pendekatan multiplatform ini sejalan dengan konsep *Uses and Gratifications* yang menyatakan bahwa khalayak secara aktif memilih

media sesuai kebutuhannya baik untuk memperoleh informasi, hiburan, interaksi sosial, maupun pembentukan identitas diri. Dalam konteks tersebut, kehadiran Kementerian Pertanian di berbagai platform memberikan pilihan luas kepada publik untuk mengakses informasi pertanian sesuai gaya hidup dan preferensi digital mereka.



Gambar 20. Tangkapan layar akun instagram dan X Kementan
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

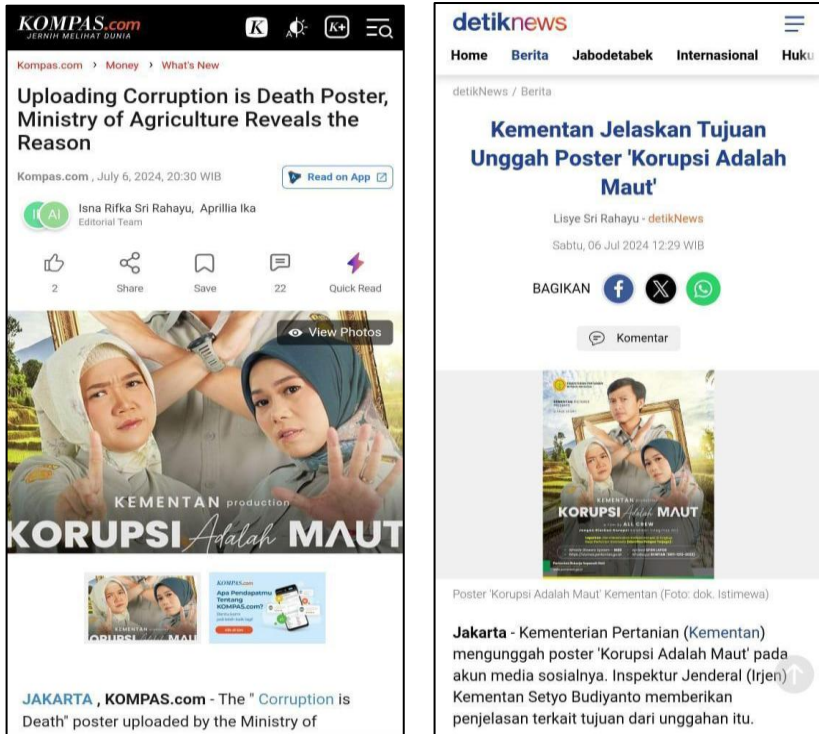
Pemanfaatan media sosial oleh Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian tidak hanya berfokus pada publikasi

program kerja, tetapi juga berfungsi sebagai etalase capaian pembangunan pertanian, kanal edukasi, dan ruang interaksi langsung dengan publik. Pendekatan ini memungkinkan setiap konten disesuaikan dengan karakteristik platform dan segmentasi audiens. Misalnya, Instagram dan TikTok dimanfaatkan untuk menghadirkan konten yang atraktif, ringan, dan bergaya kekinian sehingga menjadi kanal unggulan dalam membangun kedekatan dan keterlibatan publik.

Tabel 1. Jenis Akun Media Sosial dan Jumlah Pengikut Kementerian Pertanian

Media Sosial	Akun	Pengikut
X	@Kementerian Pertanian	879. K
Instagram	@kementerianpertanian	682 K
Facebook	Kementerian PertanianRI	279 K
Tiktok	@Kementerian Pertanianri	216,6 K
Youtube	@Kementerian PertanianRI	216 K

Pada kampanye antikorupsi, Biro Komunikasi dan Layanan Informasi menggunakan *gimmick* "Korupsi adalah Maut" untuk menarik perhatian publik, khususnya generasi muda yang akrab dengan bahasa viral dan budaya populer. Judul ini diadaptasi dari film *Ipar Adalah Maut* yang dikenal luas di media sosial, sehingga memiliki kekuatan *clickbait* yang emosional, dramatis, dan kontekstual. Pendekatan ini terbukti efektif menarik sorotan publik dan media arus utama seperti Kompas, Detik, dan Kumparan serta menjadi bahan perbincangan di berbagai forum daring.



Gambar 21. Tangkapan layar artikel berita Kementerian Pertanian dimuat di media Kompas dan Detik

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Judul “Korupsi adalah Maut” digunakan secara kreatif dan metaforis untuk menyampaikan pesan kuat tentang bahaya korupsi. Analogi “ipar” diambil secara metafora satiris, sesuatu yang tampak dekat dan akrab, namun berpotensi membahayakan sehingga pesan menjadi menggelitik, mudah diingat, dan relevan dengan realitas sosial metafora satiris yang menggugah dan mudah diingat.

Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian berhasil mengimplementasikan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yang menjelaskan dua jalur pemrosesan pesan, yakni *central route* (logis) dan *peripheral route* (emosional). Konten “Korupsi adalah Maut” menggunakan jalur *peripheral* yang efektif untuk menarik perhatian publik utamanya khalayak muda, sebelum mengarahkan mereka pada pesan substantif tentang dampak korupsi terhadap pembangunan pertanian nasional.

Pendekatan ini menunjukkan bagaimana pesan kritis dapat dikemas secara kreatif dan viral, tanpa kehilangan makna edukatifnya. Penggunaan gaya komunikasi metaforis dan kontekstual juga menegaskan bahwa Biro Komunikasi dan Layanan Informasi mampu memanfaatkan media sosial bukan sekadar sebagai saluran informasi, tetapi sebagai medium strategis untuk membangun keterlibatan emosional dan partisipasi publik dalam kampanye antikorupsi.

Ragam respon dan komentar warganet dari berbagai platform menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan diterima dengan baik. Ke depan, tantangannya adalah bagaimana Kementerian Pertanian dapat mengelola interaksi publik secara strategis, mengubah atensi dan percakapan warganet menjadi dukungan terhadap konten yang diusung sehingga membentuk ekosistem komunikasi publik yang partisipatif dan positif.

Pemanfaatan media sosial oleh Kementerian Pertanian tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi program kerja, tetapi juga sebagai etalase capaian pembangunan pertanian, kanal edukasi, serta ruang interaksi langsung dengan publik. Pendekatan ini memungkinkan konten dikembangkan sesuai dengan karakteristik platform dan

segmentasi audiens, sehingga pesan dapat tersampaikan secara efektif dan relevan

Melalui Youtube Kementerian Pertanian dan TV Tani disajikan berbagai program seperti Kabar Tani, Tekno Tani, dan Laskar Tani yang mengedepankan pendekatan visual, naratif dan inspiratif untuk menjangkau masyarakat luas serta pelaku sektor pertanian. Sementara itu Instagram dan TikTok menjadi ruang untuk menghadirkan konten tandingan dan menarik dengan gaya kekinian, mulai dari *behind the scene* kegiatan lapangan hingga testimoni petani muda inspiratif.

Selain itu, WhatsApp Channel dimanfaatkan sebagai jalur komunikasi langsung yang memberikan pembaruan harian kepada ribuan pengikut terverifikasi, menawarkan sumber informasi yang terkurasi, cepat, dan terpercaya di tengah derasnya arus informasi di media sosial lainnya. Pendekatan terpadu ini mencerminkan upaya Kementerian Pertanian dalam membangun ekosistem komunikasi publik yang adaptif, interaktif, dan berbasis data audiens.

Menurut laporan Edelman Trust Barometer, institusi pemerintah yang transparan dan aktif berkomunikasi di media sosial cenderung memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi. Temuan ini sejalan dengan riset dari Sprout Social menunjukkan bahwa 73% masyarakat menginginkan lembaga pemerintah hadir secara aktif dan responsif di media sosial, bukan hanya sekadar menyampaikan informasi satu arah.

Dengan pendekatan multiplatform, Kementerian Pertanian tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pendengar dan mitra dialog publik. Strategi ini mencerminkan penerapan komunikasi dua arah yang menjadi ciri khas kehumasan modern bukan hanya *informative*, tetapi juga *interactive* dan *engaging*.

Dalam praktiknya, Kementerian Pertanian telah memanfaatkan berbagai kanal media sosial untuk menyebarkan program strategis, mengedukasi masyarakat tentang pertanian, serta merespons isu-isu aktual yang muncul di ruang publik. Pendekatan ini memperkuat media sosial sebagai kanal komunikasi institusional sekaligus instrumen hubungan masyarakat modern yang membangun kepercayaan, kedekatan, dan partisipasi publik secara berkelanjutan.

C. Media Sosial Humanis-Informatif: Membangun Gerakan Bersama Menuju Swasembada Pangan Berkelanjutan

Pendekatan media sosial humanis-informatif merupakan strategi komunikasi yang memadukan kekuatan data dan empati. Ia tidak hanya menyampaikan informasi secara rasional, tetapi juga melibatkan emosi, membangun kedekatan, dan menumbuhkan rasa memiliki publik terhadap program pemerintah. Dalam kerangka ini, media sosial sebagai ruang dialog yang hidup bukan sekadar saluran pesan.

Pendekatan ini menggabungkan dua kekuatan besar, yakni humanisme dan informasi. Humanisme berarti komunikasi publik mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan, seperti empati, kepedulian, perjuangan, dan harapan. Sementara informatif berarti pesan-pesan yang disampaikan berbasis data, analisis, dan solusi yang dapat diverifikasi.

Dalam praktiknya, konten-konten media sosial yang bersifat humanis-informatif sering kali menampilkan kisah nyata para petani, penyuluh, atau generasi muda yang terlibat dalam sektor pertanian. Cerita-cerita seperti ini jauh lebih efektif menyentuh hati publik dibanding sekadar menyampaikan data produksi. Selain itu, pendekatan

ini memungkinkan masyarakat merasa terlibat dalam proses pembangunan, bukan sekadar menjadi penonton.

Seperti yang pernah dikatakan Presiden Prabowo Subianto, *“Kita harus mampu berdiri di atas kaki sendiri dalam urusan pangan. Bangsa yang merdeka adalah bangsa yang bisa memberi makan rakyatnya.”*

Pernyataan ini menjadi roh dari narasi swasembada pangan yang perlu terus digaungkan di ruang publik. Semangat kemandirian pangan bukan sekadar wacana, melainkan telah menjadi arah kebijakan strategis nasional dengan komitmen pemerintah untuk meningkatkan produksi, efisiensi distribusi, dan memperkuat kelembagaan petani.

Komitmen ini tercermin dari berbagai capaian konkret, terutama dalam produksi komoditas strategis seperti beras dan jagung. Dalam lima tahun terakhir, Indonesia menunjukkan kemajuan signifikan dalam dua sektor utama ini, menjadi bukti bahwa narasi kemandirian pangan bukan hanya slogan, melainkan gerakan nasional berbasis data dan kerja nyata.

Tabel 2. Data produksi beras dan jagung nasional

Tahun	Produksi Beras (juta ton)	Produksi Jagung (juta ton)
2020	31,50	12,93
2021	31,36	13,41
2022	31,54	16,52
2023	31,10	14,77
2024	30,62	15,09

Ilustrasi nyata penerapan pendekatan humanis-informasi dapat dilihat pada program optimalisasi lahan melalui Brigade Pangan. Seorang kisah inspiratif datang dari Abimanyu, seorang petani

muda di Kabupaten Penajam Paser Utara, Kalimantan Timur yang berhasil mengelola pertanian modern dengan pendapatan mencapai Rp 24 juta per bulan. Kisah ini bukan sekadar potret keberhasilan individu melainkan bukti konkret bahwa intervensi kebijakan yang tepat mampu meningkatkan produktivitas sekaligus menumbuhkan semangat petani muda untuk terus berinovasi.

Lebih dari itu, kisah Abimayu menunjukkan bagaimana suara pengalaman dan aspirasi petani menjadi bagian penting dalam proses pembangunan. Keberhasilan kebijakan seperti penyederhanaan kebijakan distribusi pupuk bersubsidi dan program pompanisasi akan lebih berkelanjutan jika dibangun di atas partisipasi aktif petani mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

Di sinilah peran komunikasi pembangunan menjadi krusial, bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi membangun dialog dan ruang partisipasi. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap kebijakan pertanian tidak hanya dirancang untuk petani, tetapi bersama petani, sehingga hasilnya lebih inklusif, berkeadilan, dan berdampak jangka panjang.

Komunikasi pembangunan yang efektif tidak hanya berhenti pada penyuluhan atau kampanye satu arah melainkan menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dalam proses perubahan sosial. Dalam konteks ini, petani, masyarakat, dan seluruh pengguna media sosial tidak hanya menjadi objek pesan, tetapi subjek yang aktif.

Media sosial membuka peluang besar untuk menerapkan teori komunikasi pembangunan yang partisipatif dan humanis. Salah satu langkah konkret yang sudah dilakukan Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian adalah menghadirkan program Gaspol

melalui siaran langsung di Instagram dan Youtube. Program ini menghadirkan penyuluh dan petani sukses yang berbagi kisah inspiratif, menjawab langsung pertanyaan masyarakat. Inisiatif ini tidak hanya meningkatkan literasi pertanian, tetapi juga membangun kedekatan emosional dan rasa memiliki.

Oleh karena itu, jika program swasembada pangan terus digaungkan dengan cara yang kreatif, relevan, dan kontekstual maka akan tumbuh persepsi bahwa kedaulatan pangan adalah tanggung jawab bersama, bukan semata urusan pemerintah.

Masih banyak “Abimayu-Abimanyu” lain di berbagai daerah yang belum terekspos. Di era digital, strategi *storytelling* dan *framing* menjadi kunci untuk menonjolkan kisah mereka. Konten yang mengangkat cerita nyata petani dan penyuluh sukses akan memiliki dampak emosional dan sosial yang jauh lebih kuat dibanding sekadar menampilkan angka produksi.

Di sinilah media sosial memainkan peran strategis sebagai kanal narasi. Cerita-cerita yang menyentuh, autentik, dan relevan seperti keberhasilan petani mengatasi keterbatasan dapat membentuk persepsi publik secara masif ketika dikemas dengan baik.. Narasi tersebut bukan hanya menginformasikan, tetapi juga menginspirasi dan membentuk persepsi secara masif di ruang digital.

Autentifikasi keberhasilan produksi padi di tengah keterbatasan pasokan air akibat musim kemarau terekam dengan baik melalui program Kementerian Pertanian Gaspol di akun Youtube TV Tani Biro Komunikasi dan Layanan Informasi. Program ini melaporkan bagaimana dinamika petani, penyuluh dan pemerintah daerah terutama di sentra padi tetap melakukan penanaman melalui serangkaian program

peningkatan produksi seperti optimasi lahan, pompanisasi dan sebagainya.

Bukan hanya itu, Perum Bulog yang diberi mandat untuk melakukan serapan sehingga Cadangan Beras Pemerintah (CBP) mencapai angka tertinggi sejak Indonesia merdeka juga ditayangkan dalam Kementerian Pertanian Gaspol. Pimpinan wilayah yang tersebar secara langsung menyampaikan perkembangan termasuk kendala yang kerap dihadapi, salah satunya yaitu sedikitnya mesin pengering yang ada di daerah.

Ragam tayangan tersebut merupakan bentuk tanggung jawab Kementerian Pertanian dalam melaksanakan kewajiban sebagai institusi penyedia pangan nasional yang dibiayai dari dana publik. Melalui tayangan langsung dari lapangan, persepsi publik mulai bergeser, awalnya sangsi perlahan berubah banjir puja-puji. Respon positif juga datang dari kalangan jurnalis. Ketua Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI), Hendrik Kurniawan menyatakan bahwa banyak anggota IJTI terbantu dan memanfaatkan konten Kementerian Pertanian Gaspol sebagai bahan pemberitaan.

Media sosial secara perlahan mengubah cara publik berinteraksi dengan kebijakan pemerintah. Pola komunikasi yang dulu bersifat *top-down* dan elitis bergeser menjadi lebih terbuka, partisipatif, cepat viral, bahkan pemasok konten. Platform seperti TikTok, Instagram, X, Facebook, dan YouTube menjadi medan utama dalam perang persepsi dan pembentukan opini publik.

D. Menjadi Bagian dari Gerakan: Setiap Individu Bisa Berperan

Swasembada pangan dan program strategis Kementerian Pertanian hanya dapat terwujud melalui kerja sama berbagai pihak. Ini merupakan gerakan kolektif yang melibatkan seluruh warga negara, baik yang tinggal di kota maupun desa, tua maupun muda Pemenuhan kebutuhan pangan menuntut perubahan budaya konsumsi, gaya hidup, serta kesadaran publik akan pentingnya pangan sebagai kebutuhan pokok.

Apa yang bisa dilakukan masyarakat umum?

1. Membeli dan mengonsumsi produk pertanian lokal
2. Menyebarkan konten positif dan edukatif tentang pertanian
3. Mengikuti akun-akun pertanian dan pemerintah untuk *update* program
4. Mendorong sekolah, komunitas, dan keluarga untuk mendukung pertanian
5. Menjadi relawan atau bagian dari komunitas pertanian.

Seperti yang diungkapkan oleh Prof. Jalaluddin Rakhmat (2007), pakar komunikasi Indonesia: *“Komunikasi yang menyentuh hati akan mengubah sikap. Komunikasi yang menyentuh pikiran akan mengubah cara pandang. Namun komunikasi yang menyentuh keduanya akan mengubah hidup seseorang.”* Maka dari itu, komunikasi pembangunan pangan harus menyentuh keduanya.

Prinsip inilah yang seharusnya menjadi landasan dalam merancang pesan-pesan publik, khususnya di sektor pangan. Komunikasi yang mampu menyentuh hati sekaligus mengedukasi pikiran dapat membentuk kesadaran kolektif baru di tengah masyarakat. Untuk

itu, diperlukan medium yang relevan dengan zaman dan pendekatan yang selaras dengan karakter audiens, yakni media sosial dengan gaya penyampaian yang humanis dan informatif.

Dengan pendekatan media sosial humanis-informatif, kita bisa mengubah cara berpikir dan cara bertindak masyarakat terhadap isu pangan. Kita bisa menjadikan pertanian sebagai sumber kebanggaan, bukan keterpaksaan. Kita bisa mengangkat petani sebagai pahlawan masa kini, bukan kelompok marjinal.

Mari jadikan media sosial sebagai alat perjuangan, bukan sekadar hiburan. Mari sebarkan semangat kemandirian, bangkitkan solidaritas, dan ciptakan gerakan nasional menuju swasembada pangan berkelanjutan. Indonesia bisa jika kita bergerak bersama.

BAB 6

INTERAKSI TANPA SEKAT BERSAMA MASYARAKAT

“Medium is the message”

(Marshall McLuhan, 1964)

A. Membuka Tirai Interaksi

Di tengah dinamika pembangunan pertanian nasional, kebutuhan akan komunikasi yang terbuka dan langsung antara pemerintah dan masyarakat menjadi semakin krusial. Pemerintah tidak hanya perlu menyampaikan kebijakan, tetapi juga hadir sebagai pendengar dan mitra dialog yang setara.

Komunikasi tanpa sekat memungkinkan masyarakat, khususnya petani, pelaku usaha tani, dan generasi muda merasa dilibatkan secara aktif dalam proses pembangunan pertanian. Interaksi yang terbuka menjadi fondasi kuat dalam menciptakan ekosistem pertanian yang adaptif dan inklusif untuk menjembatani aspirasi dan kebutuhan lapangan, interaksi.

Kementerian Pertanian berperan penting sebagai fasilitator dan penggerak utama dalam membangun jembatan komunikasi dengan masyarakat. Melalui pendekatan yang humanis, fokus tidak hanya pada penyusunan program dan kebijakan, tetapi juga pada penyampaian informasi yang mudah dipahami dan menyentuh sisi emosional publik. Kesadaran bahwa sektor pertanian tidak bisa tumbuh sendiri tanpa dukungan dan partisipasi aktif masyarakat menjadi alasan utama pentingnya interaksi langsung dalam setiap langkah.

Berbagai sarana edukasi publik telah digagas dan dikembangkan oleh Kementerian Pertanian sebagai wujud nyata dari komitmen tersebut. Mulai dari gelaran pameran, *event*, *talkshow*, hingga kampanye promosi pertanian, semuanya dirancang untuk menjangkau masyarakat secara lebih dekat dan menyeluruh. Bukan hanya menampilkan hasil kerja, melainkan juga membuka ruang diskusi, memberikan inspirasi, serta mendorong kolaborasi antara pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat umum.

Pendekatan ini membawa angin segar dalam komunikasi birokrasi dengan menjadikannya lebih hidup, responsif, dan partisipatif. Edukasi publik bukan lagi sekadar kegiatan seremonial, melainkan jembatan penghubung antara kebijakan dan kehidupan sehari-hari petani, serta masyarakat. Di sinilah Kementerian Pertanian menegaskan visinya, bahwa keberhasilan sektor pertanian tidak hanya ditentukan oleh teknologi dan kebijakan, tetapi juga oleh seberapa kuat keterlibatan emosional dan kultural yang dibangun bersama masyarakat.

Kementerian Pertanian Republik Indonesia memandang interaksi langsung dengan masyarakat sebagai fondasi penting untuk memahami sektor pertanian secara mendalam dan mendorong partisipasi aktif dalam setiap inisiatifnya. Berbagai strategi komunikasi dirancang untuk menghilangkan sekat antara pemerintah dan masyarakat, salah satunya melalui penyelenggaraan program edukasi publik yang inovatif, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan zaman. Upaya ini tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun kedekatan emosional dan menumbuhkan rasa memiliki terhadap kemajuan pertanian nasional.

Tahun 2025 menjadi momentum penting bagi sektor pertanian Indonesia dengan semangat baru dari Presiden Prabowo yang menekankan efisiensi dalam penyelenggaraan *event* dan pameran pemerintah. Dengan meminimalkan kegiatan seremonial dan perjalanan dinas yang tidak perlu, anggaran dapat dialihkan untuk program-program prioritas yang memberi manfaat langsung bagi masyarakat. Kebijakan ini berdampak pada Kementerian Pertanian: anggaran yang selama ini terbagi untuk berbagai event kini difokuskan pada kegiatan sosialisasi, seperti event dan talkshow, sementara kegiatan pameran ditiadakan agar pelaksanaan program lebih efektif dan tepat sasaran.

B. Panggung Interaksi Langsung melalui Pameran dan *Event*

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, Kementerian Pertanian secara konsisten mengikuti dan menyelenggarakan berbagai pameran strategis di tingkat nasional maupun internasional. Pameran-pameran ini menjadi media penting untuk menunjukkan capaian, inovasi, serta potensi besar sektor pertanian Indonesia di tengah tantangan global.

Tahun 2020 dibuka dengan semangat sinergi melalui penyelenggaraan pameran foto dan *Booth Start-Up* Pertanian yang menggambarkan kinerja sektor pertanian modern. Diikuti partisipasi dalam Hari Kopi Nasional ke-2 serta ajang regional *2nd Asian Agriculture and Food Forum (ASAFF) 2020* yang menekankan kolaborasi pertanian Asia dalam persaingan ekonomi global.

Situasi pandemi tidak menghalangi upaya promosi melalui *Trade Expo Indonesia Virtual Exhibition 2020*, serta Pameran Pangan Lokal dalam rangka Hari Tani Nasional. Pameran juga turut memeriahkan

agenda internal seperti Rapat Koordinasi Kementerian Pertanian di penghujung tahun.



Gambar 22. Ajang 2nd Asian Agriculture and Food Forum (ASAFF), 12 Maret 2020

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Tahun 2021 menjadi tonggak kebangkitan pascapandemi dengan keikutsertaan dalam Pameran Merdeka Ekspor dan Hari Pangan Sedunia (HPS) ke-41. Dukungan terhadap pelaku ekspor pertanian dan UMKM lokal terus dikedepankan. Hal ini dilakukan pada peringatan HUT ke-50 Kontak Tani Nelayan Andalan (KTNA) yang diramaikan dengan KTNA Agro Expo 2021 dengan menghadirkan produk-produk inovatif petani milenial.

Pada 2022, semangat menghadapi krisis pangan global dikobarkan lewat partisipasi pada Pameran Hari Krida Pertanian serta Pameran Teknologi dan Inovasi Pertanian. Ajang seperti KTNA Agro Expo di Batu, Jawa Timur, dan Pameran Panen Raya Bawang Merah dalam rangka Hari Tani Nasional, memperlihatkan potensi sektor pertanian sebagai benteng ketahanan pangan nasional.

Momentum tahun 2023 diperkuat dengan pelaksanaan pameran internal bertema "Harmoni Kementerian Pertanian untuk Capaian Prestasi Gemilang" di PPMKP Ciawi, serta partisipasi besar dalam Gelar Agribisnis PENAS XVI di Padang. Dengan konsep *booth "Island"*, pameran ini menghadirkan wajah pertanian Indonesia dari berbagai satuan kerja seperti PVTTP, Pusdatin, PUSTAKA, hingga Museum Tanah dan Pertanian.

Memasuki tahun 2024, Kementerian Pertanian terus menegaskan komitmen transformasi digital dan inovasi teknologi melalui partisipasi dalam Pameran *INAGRITECH 2024* di Jakarta. Tidak hanya itu, partisipasi dalam Temu Bisnis Aksi Afiriasi P3DN Tahap VIII memperkuat peran pertanian dalam pemanfaatan produk dalam negeri. Di bidang budaya dan literasi, keikutsertaan dalam Pameran Bersama Hari Museum Indonesia (HARMUSINDO) 2024 di Museum Tanah dan Pertanian Bogor turut menyasar generasi muda dengan pendekatan edukatif dan interaktif.



Gambar 23. *Cosplay* reporter TV Tani pada Pameran Hari Museum Indonesia/HARMUSINDO (26-27 Oktober 2024)
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Melalui berbagai pameran yang diikuti, Kementerian Pertanian tidak hanya mempromosikan inovasi teknologi dan produk dalam negeri, tetapi juga membangun sinergi dan kolaborasi untuk memajukan sektor pertanian secara keseluruhan.

Selain program-program berskala besar, Kementerian Pertanian juga aktif menyelenggarakan pameran tematik yang lebih spesifik, seperti Pameran Foto "Lensa Pertanian". Pameran foto ini berhasil memperkenalkan keanekaragaman sektor pertanian melalui medium seni visual, menarik minat masyarakat yang lebih luas untuk melihat sisi lain dari dunia pertanian.

Tahun 2025 menjadi momentum bersejarah bagi bangsa Indonesia saat kita merayakan HUT ke-80 Republik Indonesia. Salah satu agenda yang paling dinantikan adalah Karnaval Kemerdekaan, sebuah perayaan akbar yang bukan sekedar hiburan, melainkan juga wahana strategis untuk menampilkan capaian pembangunan dan menumbuhkan semangat kebersamaan. Melalui parade kendaraan hias, atraksi budaya, dan pertunjukan seni, pemerintah berupaya menghadirkan interaksi tanpa sekat bersama masyarakat, membangkitkan kembali rasa bangga sekaligus percaya diri sebagai bangsa yang besar.

Karnaval Kemerdekaan bukan sekedar perayaan simbolik, melainkan kesempatan emas untuk menyampaikan pesan pembangunan pertanian kepada rakyat secara kreatif dan inklusif. Oleh karena itu, Kementerian Pertanian menghadirkan “Tani Day” sebagai bentuk komunikasi publik berskala besar. Bersama Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), kami menampilkan Kapal Pinisi Swasembada Pangan sebagai ikon kendaraan hias utama. Kapal tradisional nan megah ini tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga sarat makna filosofi simbol kekuatan pangan darat dan laut sebagai penopang kedaulatan bangsa. Sinergi pertanian dan kelautan inilah yang ingin kami tegaskan sebagai pilar ketahanan pangan nasional.

Dengan mengusung tema “Kedaulatan Pangan untuk Rakyat Sejahtera, Indonesia Maju”, kehadiran Kapal Pinisi pada Karnaval Kemerdekaan 2025 kami rancang agar tidak sekedar menyuguhkan tontonan, melainkan juga menyampaikan pesan yang mendalam. Kapal Pinisi dihiasi komoditas unggulan pertanian dan hasil laut, menjadi representasi nyata kekayaan sumber daya Indonesia. Ikon alpukat kami

tampilkan sebagai simbol hasil bumi lokal yang kini mendunia, sementara KKP menonjolkan visi Ekonomi Biru melalui komoditas perikanan unggulannya. Semua ini adalah gambaran konkret bahwa pertanian dan kelautan adalah tulang punggung pembangunan nasional yang tak tergantikan.



Gambar 24. Karnaval HUT RI Ke – 80, 17 Agustus 2025

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Keikutsertaan Kementerian Pertanian dalam Karnaval Kemerdekaan menjadi sarana edukasi dan inspirasi bagi masyarakat luas. Melalui ikon pangan, komoditas unggulan, hingga simbol keberlanjutan, kami ingin menyampaikan pemahaman yang sederhana namun kuat: pertanian adalah sektor vital yang menopang kehidupan sehari-hari dan masa depan bangsa. Generasi muda, khususnya, kami ajak untuk melihat bahwa pertanian bukanlah sektor yang usang, tetapi

justru ruang penuh peluang yang menjanjikan menuju lumbung pangan dunia 2045.

Partisipasi Kementerian Pertanian dalam Karnaval Kemerdekaan 2025 menegaskan komitmen kami untuk menghadirkan komunikasi publik yang kreatif, visual, dan menyentuh hati. Informasi pembangunan tidak lagi disajikan sebatas laporan dan angka, tetapi melalui pendekatan yang hidup, dekat dengan masyarakat, dan mudah dipahami lintas usia. Melalui interaksi tanpa sekat ini, kami berharap optimisme publik terhadap swasembada pangan semakin menguat, kebanggaan terhadap capaian pertanian kian bertumbuh, dan semangat kebersamaan dalam menjaga kemandirian bangsa tetap menyala untuk Indonesia Maju.

C. Ruang Bincang Interaktif melalui *Talk Show*

1. *Tani on Stage (TOS!)*

Selain pameran, Kementerian Pertanian juga menghadirkan program edukasi yang inovatif untuk menarik partisipasi aktif masyarakat. Salah satunya adalah Tani on Stage (TOS!). Sejak digagas pada 2019, TOS! telah menjadi wajah baru komunikasi publik yang lebih inklusif dan dekat dengan masyarakat, terutama kaum muda. Dengan pendekatan interaktif dan inspiratif, TOS! berfungsi sebagai ruang dialog terbuka yang menjembatani kebijakan dengan edukasi pertanian langsung kepada publik.

Dirancang sebagai wahana edukasi publik yang fleksibel, TOS! menggunakan panggung yang dipasang pada truk, memungkinkan untuk berpindah dan mengadakan kegiatan di tempat-tempat keramaian. Ini

memungkinkan Kementerian Pertanian untuk hadir langsung di tengah masyarakat, membawa informasi yang relevan dengan berbagai momen penting.

TOS! rutin digelar untuk menjangkau beragam kalangan, mulai dari mahasiswa, pelaku usaha, hingga masyarakat umum. Program ini menjadi bukti nyata komitmen pemerintah dalam menyampaikan pesan-pesan vital tentang sektor pertanian dan meneguhkan kehadirannya di tengah-tengah masyarakat.

TOS! tidak hanya berlangsung di ruang formal, tetapi juga menyapa publik di lokasi non-formal seperti *car free day* dan kampus. Dengan memanfaatkan truk panggung yang dapat berpindah dan format *hybrid*, program ini memastikan informasi dapat menjangkau publik secara lebih luas, tanpa sekat.

Selama enam tahun pelaksanaannya, TOS! telah menjelma menjadi media komunikasi dua arah yang efektif, membumi, dan membangun kepercayaan publik terhadap sektor pertanian. Tidak hanya menjadi panggung informasi, TOS! juga menjadi simbol keterbukaan dan kolaborasi, menjawab tantangan zaman dengan semangat gotong royong dan inovasi. Lewat TOS!, Kementerian Pertanian membuktikan bahwa edukasi publik dapat dilakukan dengan cara yang menghibur, inspiratif, dan berdampak luas. Pelaksanaan TOS! Dapat dilihat dalam lampiran buku.



Gambar 25. TOS! Area kantor Balai Penelitian Sayuran, Lembang, Jawa Barat, 12 Oktober 2021

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

2. Tani Inspiratif Kekinian (TIK Talk)

Generasi muda sebagai penerus bangsa juga menjadi fokus utama dalam program edukasi publik Kementerian Pertanian. Tani Inspiratif Kekinian (TIK Talk) hadir sebagai platform *talkshow* yang kekinian dan relevan dengan gaya hidup anak muda. TIK Talk merupakan ajang bincang-bincang interaktif yang diinisiasi oleh Biro Komunikas dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian sebagai upaya kampanye komunikasi publik.

Kegiatan ini mengedepankan semangat bahwa dunia pertanian bukan hanya penting, tetapi juga seru dan relevan dengan gaya hidup masa kini. Digelar secara *hybrid* dengan menggabungkan format *offline* dan *online*. TIK Talk membuka ruang diskusi yang luas dan inklusif bagi

masyarakat dari berbagai latar belakang untuk belajar, menginspirasi, dan saling berbagi pengalaman dalam dunia pertanian modern.

Lokasi penyelenggaraan secara luring bertempat di Kantor Pusat Kementerian Pertanian, sementara siaran daring ditayangkan secara langsung maupun *tapping* melalui kanal YouTube, Facebook, dan Instagram resmi Kementerian Pertanian. Penyelenggaraan luring dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan ketat selama pandemi, termasuk pembatasan peserta, pengecekan suhu, penggunaan masker, dan pengaturan jarak tempat duduk. Selain mengikuti *talkshow*, peserta luring juga disuguhi sajian pangan lokal dari booth UMKM pertanian dan peternakan.

Tahun 2020 menjadi tonggak awal pelaksanaan TIK Talk dengan lima episode inspiratif. Edisi perdana pada 7 Agustus 2020 mengangkat tema "Anak Indonesia Tanam dan Konsumsi Pangan Lokal", menghadirkan narasumber seperti Kak Aio dari Ayo Dongeng Indonesia dan penggiat berkebun rumahan.

Edisi berikutnya berturut-turut membahas tren bisnis pertanian kekinian, ajakan bagi generasi milenial untuk menjadi petani, serta kisah sukses petani muda di dua episode bertema "Milenial Indonesia Lebih Baik Jadi Petani". Penutup tahun 2020 diisi dengan edisi bertajuk "Bisnis Pertanian Itu Asyik" yang mengupas peluang bisnis pertanian dari sisi olahan minuman tradisional, hortikultura, dan pertanian organik.



Gambar 26. Tik Talk Talk Show, 22 April 2022

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Pada tahun 2021, TIK Talk semakin memperluas topik pembahasan. Edisi pertama bertajuk "Bisnis Tanaman Hias: Indah dan Menguntungkan" mengangkat *booming*-nya hobi tanaman hias sebagai ladang usaha. Diikuti oleh episode "Cokelatku, Cokelatmu, Cokelat Indonesia", acara ini menyoroti potensi kakao yang merupakan bahan baku cokelat sebagai komoditas unggulan nasional. Selanjutnya, episode "Pertanian dari Balik Lensa" memberikan panggung kepada para pegiat visual dan media pertanian. Tahun ini ditutup dengan episode keempat bertema "Pertanian itu Keren", yang menghadirkan figur muda inspiratif dan selebriti yang menekuni usaha pertanian modern.

Memasuki tahun 2022, TIK Talk tetap hadir membawa semangat berbagi inspirasi pertanian. Episode pembuka mengangkat tema "Mendulang Berkah dengan Timun Suri dan Aloe Vera", menampilkan petani dan pengusaha yang sukses mengembangkan dua komoditas tersebut. Disusul kemudian oleh episode "Tiada Hari Tanpa Minum

Susu" yang menyuarakan pentingnya konsumsi susu serta menyajikan sisi bisnis dan edukasi seputar peternakan perah.

Selama tiga tahun pelaksanaan, TIK Talk telah menjelma sebagai platform edukatif dan inspiratif yang mempertemukan petani, pelaku usaha, akademisi, hingga figur publik dalam semangat membangun pertanian yang kreatif, adaptif, dan kekinian. Dengan dukungan penuh dari Subbagian Pameran dan Peragaan, TIK Talk bukan hanya sebuah acara bincang, melainkan ruang bersama untuk merayakan semangat bertani dalam wajah baru yang penuh optimisme.

3. Ngobrol Pertanian Indonesia (NGOPI)

Ngobrol Pertanian Indonesia atau NGOPI merupakan salah satu inovasi komunikasi publik yang diluncurkan oleh Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian. Mengusung semangat nongkrong santai ala generasi milenial, istilah NGOPI di sini tak hanya bermakna minum kopi, tetapi juga simbol diskusi ringan namun kaya akan wawasan terkini di bidang pertanian.

Kegiatan ini dirancang sebagai acara ngobrol dan berbagi ide dalam suasana akrab dan informal di luar ruangan (*outdoor*), tetapi tetap menyentuh isu-isu penting di sektor pertanian Indonesia. Konsep ini terbukti efektif menarik perhatian generasi muda dan kalangan profesional untuk berdialog secara terbuka, reflektif, dan inspiratif.

NGOPI pertama kali digelar pada 22 Oktober 2021 di Gedung Pusat Informasi Agribisnis. Acara perdana ini mengangkat tema komunikasi publik pertanian dan menghadirkan pembicara dari berbagai latar belakang: Kuntoro Boga Andri (Kepala Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian), Irfan Junaidi (Pemimpin Redaksi Harian

Umum Republika), dan Yoki Susanto (akademisi dari Universitas Tirtayasa). Dengan suasana santai, panggung mini, serta *booth* kopi yang diracik barista, kegiatan ini membuka babak baru pendekatan komunikasi yang lebih segar dan membumi.

Memasuki tahun 2022, NGOPI semakin menjelajah ruang dan topik. Episode pertama pada 26 Maret 2022 dilaksanakan di Rajendra Farm, Kulonprogo, Yogyakarta, dengan tema "Manisnya Bisnis Ternak Domba". Narasumber yang dihadirkan adalah drh. Hendra Wibawa, M.Sc., Ph.D. (Kepala Balai Besar Veteriner Wates, DIY), serta Heri Kurniawan, pemilik Rajendra Farm. Lokasi *outdoor* di peternakan menjadi latar sempurna untuk membahas bisnis peternakan dari sisi praktis dan prospektif. Subkelompok Pameran dan Peragaan mendukung penuh dengan penyediaan tenda, *giant backdrop*, dan *booth* kopi sebagai elemen khas NGOPI.

Selanjutnya, NGOPI kembali hadir pada 10 Agustus 2022 di Politeknik Pembangunan Pertanian (Polbangtan) Bogor dalam sinergi dengan BAKOHUMAS. Bertajuk "Kesiapan Menghadapi Krisis Pangan", kegiatan ini menghadirkan tokoh penting: Kuntoro Boga Andri, SP., M.Agr., Ph.D. (Kepala Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian), Dr. Ir. Idha Widi Arsanti, MP. (Kepala Pusat Pendidikan Pertanian BPPSDMP), serta Didi Kurniasandi (Petani milenial, alumni Polbangtan Bogor). Diskusi berlangsung dinamis dengan peserta mahasiswa dan pegiat pertanian muda, dikelilingi tata ruang yang didesain nyaman, lengkap dengan sajian kopi dari barista.

Dengan kombinasi suasana santai, sajian kopi khas, dan tema-tema pertanian yang relevan, NGOPI sukses menciptakan ruang dialog yang dekat dengan masyarakat. Tak hanya memperkuat komunikasi

kebijakan pertanian, NGOPI juga memperluas jejaring antar pelaku pertanian dan masyarakat umum, membangun persepsi bahwa pertanian bisa dibahas dengan gaya kekinian tanpa kehilangan substansinya.

4. *Inspiring to Develop* (INSIDE)

Kementerian Pertanian terus berupaya memperluas jangkauan komunikasi publik dengan menghadirkan ruang interaksi yang terbuka dan inspiratif bersama masyarakat. Melalui program Talkshow INSIDE (*Inspiring to Develop*), Kementerian Pertanian tidak hanya menyampaikan informasi mengenai program strategis sektor pertanian, tetapi juga menghidupkan dialog dua arah yang membangun kesadaran, minat, dan partisipasi generasi muda. Konsep interaksi tanpa sekat diwujudkan melalui format bincang santai, kehadiran narasumber inspiratif, serta keterlibatan langsung audiens dalam sesi tanya jawab maupun kegiatan kreatif.

Talkshow INSIDE pertama kali hadir pada Job Fair Seri I Tahun 2025 yang diselenggarakan pada tanggal 22–23 Mei 2025 di Kementerian Ketenagakerjaan, Jakarta. Partisipasi ini menjadi momentum strategis untuk memperkenalkan pertanian sebagai sektor modern, inovatif, dan penuh peluang kerja. Narasumber dari kalangan petani muda dan alumni magang Jepang berbagi kisah sukses mereka. Sementara Sekretaris Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian (BPPSDMP) menekankan pentingnya regenerasi petani melalui dukungan teknologi, pelatihan, hingga akses pasar. Kehadiran INSIDE di arena *job fair* membuat informasi pertanian menjangkau segmen generasi pencari kerja dengan cara yang relevan dan inspiratif.

Tidak berhenti di sana, INSIDE kembali tampil dalam Tani Fest pada Munas HKTI X & Kongres Tani IX pada tanggal 25 Juni 2025. Dengan tema Inspirasi Kopi Membangun Negeri, *talkshow* ini menghadirkan pelaku usaha kopi yang sukses mengembangkan bisnis berbasis kearifan lokal dan keberlanjutan. Melalui dialog terbuka dan sesi kreatif seperti demo *latte art*, audiens yang mayoritas generasi muda dan pelajar mendapatkan pengalaman nyata mengenai hilirisasi produk pertanian. Format ini menegaskan bahwa komunikasi publik tidak hanya berupa transfer informasi, tetapi juga pengalaman interaktif yang menumbuhkan kebanggaan dan motivasi terhadap pertanian Indonesia.

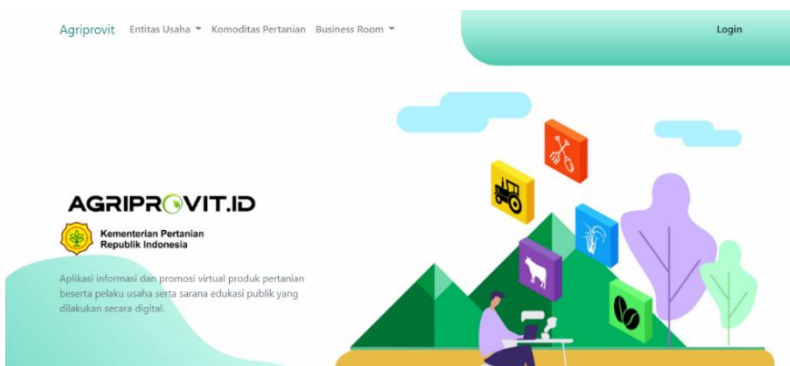
Pada INAGRITECH 2025, INSIDE mengambil peran di panggung internasional dengan mengusung tema “Pemanfaatan Mekanisasi dalam Mendukung Keberhasilan Pertanian Modern” di JIExpo Kemayoran, tanggal 30 Juli 2025. Melalui narasumber akademisi dan praktisi dari dalam maupun luar negeri, audiens diajak memahami bagaimana mekanisasi menjadi kunci transformasi pertanian. Diskusi mengenai prototipe gerobak sorong listrik hingga teknologi perkecambahan benih modern memperlihatkan bagaimana inovasi global dapat diadaptasi untuk memperkuat swasembada pangan nasional. Interaksi ini membuktikan bahwa Kementerian Pertanian membuka ruang kolaborasi tanpa batas, baik dengan pelaku industri, akademisi, maupun masyarakat umum.

Rangkaian kegiatan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi publik Kementerian Pertanian telah berkembang menjadi gerakan interaksi tanpa sekat bersama masyarakat. INSIDE bukan sekadar *talkshow*, melainkan jembatan yang mempertemukan berbagai pemangku kepentingan—petani, pelaku usaha, generasi muda, akademisi, hingga

mitra internasional—dalam satu ruang inspiratif. Dengan menghadirkan narasi keberhasilan, pengalaman nyata, dan inovasi terkini, INSIDE berhasil menumbuhkan optimisme publik bahwa pertanian adalah sektor masa depan. Inilah wujud nyata komunikasi publik yang mendukung terwujudnya swasembada pangan: membangun kedekatan serta menumbuhkan partisipasi.

D. Jangkauan Promosi Digital Tanpa Batasan

Dalam rangka meningkatkan promosi dan akses informasi produk pertanian Indonesia, Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian mengembangkan Agriprovit, yaitu aplikasi promosi virtual berbasis teknologi informasi yang mulai dikembangkan sejak tahun 2020. Aplikasi ini hadir sebagai inovasi digital yang mengintegrasikan promosi produk unggulan, data pelaku usaha, dan sarana edukasi publik dalam satu platform digital yang dapat diakses melalui situs <http://agriprovit.id> maupun perangkat PC dan *smartphone*.



Gambar 27. Tangkapan layar website Agriprovit.id (2020)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Pengembangan awal Agriprovit dimulai pada 4 September 2020 melalui koordinasi lintas unit kerja bersama penanggung jawab Humas dan PPH di lingkup Kementerian Pertanian. Pertemuan ini menghasilkan kesepakatan strategis bahwa Agriprovit akan menjadi sarana promosi produk UK/UPT Kementerian Pertanian, termasuk hasil inovasi dan lisensi Balitbangtan serta karya siswa Polbangtan. Selain itu, aplikasi ini disinergikan dengan platform *AgroIndoTrade* dan *PWMP Link* guna memperluas jejaring business matching. Versi pertama dari aplikasi ini diluncurkan pada tahun 2020, dilengkapi fitur pameran virtual serta ruang informasi produk yang disegmentasikan dan dikurasi oleh tim Agriprovit.

Aplikasi Agriprovit menjadi contoh bagaimana platform digital dapat menjadi sarana interaksi yang efektif antara petani, pelaku usaha, dan konsumen. Selain mempromosikan produk pertanian berkualitas, Agriprovit juga menyediakan informasi edukatif yang mudah diakses, memberdayakan petani dengan pengetahuan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar.

Tahun 2021 menjadi tonggak penting dengan peluncuran Agriprovit versi 2. Serangkaian koordinasi dilakukan pada bulan Februari, Maret, dan Oktober 2021 untuk memperkuat fungsionalitas aplikasi, termasuk pemutakhiran *database* dan pengembangan menu pameran virtual. Inovasi ini dimanfaatkan pertama kali dalam pelaksanaan Pameran Virtual Pelatihan Kepemimpinan Nasional (PKN) Tingkat II Angkatan XVIII yang berlangsung pada November 2021. Melalui penyajian konten visual seperti video dan poster, Agriprovit berhasil menghadirkan pengalaman pameran interaktif meski secara daring, yang kala itu sangat relevan dengan kondisi pandemi Covid-19.

Memasuki tahun 2022, penguatan konten dan sinergi lintas unit terus dilakukan. Koordinasi lanjutan dilaksanakan Maret 2022 di Polbangtan Bogor, dan pemutakhiran *database* pada ajang *Second Agriculture Deputies Meeting (ADM2) G20* di Yogyakarta menunjukkan komitmen berkelanjutan terhadap pengelolaan konten dan validitas data pelaku usaha. Aplikasi ini juga disiapkan secara khusus untuk mendukung gelaran *Agriculture Ministers Meeting (AMM) G20* pada September 2022 di Bali, dengan menampilkan pop-up promo, QR code produk, serta daftar pelaku usaha siap ekspor yang telah dikurasi dalam dua bahasa.

Peran strategis Agriprovit dalam *event* internasional mendorong percepatan teknis lainnya, termasuk pendaftaran di App Store dan Play Store, serta optimalisasi fitur interaktif dalam pameran-pameran berskala besar. Di berbagai forum ini, Agriprovit tidak hanya berfungsi sebagai pusat informasi, namun juga penghubung antara *buyer* internasional dan pelaku usaha lokal, sekaligus memperkuat branding produk pertanian Indonesia di pasar global.

Pengembangan Agriprovit selama tiga tahun ini menunjukkan kemajuan signifikan dalam pemanfaatan teknologi informasi di sektor pertanian. Aplikasi ini menjadi bukti bahwa promosi digital yang dilakukan secara terarah, terintegrasi, dan berkelanjutan mampu meningkatkan daya saing produk pertanian Indonesia serta membuka peluang kolaborasi antar pemangku kepentingan.

Sebagai bentuk lanjutan dari keberhasilan digitalisasi promosi, pada akhir tahun 2022 mulai dikembangkan inisiatif Agriprovit Expo, yaitu pameran fisik yang dirancang untuk memperkuat konektivitas antara pelaku UMKM, *buyer*, institusi pemerintah, dan masyarakat luas.

Persiapan Expo ini dilakukan melalui survei lokasi ke Bintaro Plaza, Tangerang Selatan, dan berlanjut pada rencana pelaksanaan di tahun 2023, dengan harapan menghadirkan ruang promosi yang lebih luas dan berdampak nyata bagi UMKM pertanian.

E. Penggalangan Donasi Buku Membangun Interaksi Masyarakat Pertanian

Program "Tanam Buku" dan "Panen Buku" menjadi contoh inovatif lainnya dalam membangun interaksi tanpa sekat dengan masyarakat. Mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam meningkatkan literasi pertanian melalui donasi buku, program ini menciptakan rasa memiliki dan kepedulian terhadap sesama.

Tanam Buku yang dimulai tahun 2022, berawal dari kesadaran bahwa akses terhadap bacaan, khususnya buku-buku pertanian dan ilmu pengetahuan umum, masih sangat terbatas di pelosok desa dan daerah 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar). Sekolah dasar, taman bacaan, dan komunitas literasi di daerah tersebut membutuhkan dukungan nyata. Maka lahirlah Tanam Buku, sebuah program donasi buku yang dikemas kreatif melalui *display* portabel—alat multifungsi yang tidak hanya menampilkan informasi pertanian dan edukasi publik, tetapi juga menampung buku donasi dari masyarakat.

Tidak hanya ASN Kementerian Pertanian, program ini terbuka luas untuk siapa saja: pelajar, mahasiswa, komunitas, bahkan masyarakat umum. Satu buku yang disumbangkan, berarti membuka jendela baru bagi anak-anak dan petani di desa untuk melihat dunia.

Setelah buku-buku terkumpul, tibalah saatnya “Panen Buku” yaitu distribusi buku-buku pertanian ke daerah-daerah terpencil yang tidak hanya meningkatkan akses informasi, tetapi juga mempererat hubungan antara masyarakat perkotaan dan pedesaan. Buku-buku ini dipilah, dikurasi, dan disalurkan ke berbagai titik literasi di seluruh Indonesia. Panen Buku bukan hanya soal distribusi, tetapi juga penyemaian pengetahuan dan semangat literasi bagi generasi masa depan pertanian Indonesia.

Sejak diresmikan pada 10 Agustus 2022, program ini telah menyentuh banyak komunitas. Paket-paket buku telah disalurkan ke Balai Penyuluhan Pertanian (BPP), Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S), Taman Bacaan Masyarakat, dan perpustakaan desa. Dari Malingping, Bantul, Semarang, Jakarta Pusat, Ciamis, Sukabumi, hingga Pandeglang, ribuan buku telah tersebar untuk menjangkau mereka yang membutuhkan.

Kegiatan Tanam Buku tak lepas dari beragam kolaborasi. Dalam forum NGOPI bareng Bakohumas, hingga kolaborasi dengan komunitas *Eat Chat Walk* (ECW), program ini mendapat dukungan dari banyak pihak. Bahkan menjadi bagian dari objek kajian ilmiah dalam skripsi mahasiswa Ilmu Perpustakaan. Tidak berhenti di acara pameran, Tanam Buku juga tampil di berbagai *event* edukatif, *talkshow*, hingga kunjungan studi anak sekolah.



Gambar 28. Pelaksanaan kegiatan Tanam Buku pada kunjungan komunitas ECW (*Eat, Chat, Walk*) Goes to Balai Besar Penerapan Standar Instrumen Pertanian, Bogor (5 Juni 2024)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Pada awal 2025, kunjungan studi SD Bakti Mulya 400 menjadi salah satu momen edukatif yang membekas. Siswa tidak hanya belajar tentang pertanian, tetapi juga bagaimana satu buku dapat menjadi jalan terang bagi masyarakat desa. Sebanyak 41 buku terkumpul hanya dalam satu kegiatan. Sebagian besar adalah buku cerita anak dan pengetahuan umum sebagai bekal imajinasi dan ilmu bagi mereka yang haus bacaan.

Dengan semangat literasi inklusif dan dukungan berkelanjutan, Tanam Buku dan Panen Buku terus menjadi jembatan antara pengetahuan dan pertanian. Di tangan para petani, penyuluh, dan

anak-anak desa, buku-buku itu hidup. Ia tumbuh menjadi inspirasi, pengetahuan, dan harapan.

F. Sentuhan Interaksi yang Berkesan

Bagi Kementerian Pertanian, interaksi dengan masyarakat bukan sekadar kegiatan seremonial, tetapi wujud nyata dari semangat membangun kedekatan dan kepercayaan publik. Melalui berbagai kunjungan edukatif dan kolaboratif, sentuhan langsung itu tumbuh menjadi pengalaman berkesan yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun semangat, literasi, dan inspirasi lintas generasi.

Salah satu momen penuh semangat terjadi pada 3 Mei 2024, saat *Young Ambassador Agriculture* dan Duta Polbangtan/PEPI berkunjung ke Gedung Pusat Informasi Agribisnis (PIA) Kementerian Pertanian, Jakarta. Kegiatan ini menjadi panggung bagi semangat muda yang tengah tumbuh subur di sektor pertanian. Mereka datang bukan hanya untuk belajar, tetapi juga membawa harapan akan regenerasi pertanian Indonesia. Dalam atmosfer penuh energi, diskusi berlangsung dinamis, membahas strategi penguatan agribisnis dan tantangan pertanian masa depan.

Tidak kalah menarik, komunitas *Eat Chat Walk* (ECW) yang terdiri dari generasi muda kreatif dan kritis, turut memberi warna melalui kegiatan "ECW Goes to Kementerian Pertanian" pada 5 Juni 2024 di Balai Besar Penerapan Standar Instrumen Pertanian (BBPSIP), Bogor.

Lebih dari sekadar kunjungan, kegiatan ini menjadi ruang dialog terbuka dan kolaboratif, yang mengangkat program unggulan seperti

Tanam Buku dan Panen Buku. Interaksi yang terjalin membawa pesan penting: pertanian bukan hanya soal produksi, tapi juga literasi, kesadaran lingkungan, dan aksi sosial.

Pada 31 Oktober 2024, sebanyak 70 peserta dari MTs Al Wathoniyah Al Hamidiyah mengisi Gedung PIA dengan semangat belajar yang luar biasa. Melalui kuis edukatif berbasis digital, pemutaran video, dan praktik hidroponik sederhana, para siswa diajak mengenal pertanian secara menyenangkan. Nuansa edukasi terasa hangat dan hidup, ditambah dengan penataan ruang yang ramah pelajar serta *souvenir* menarik bagi peserta aktif. Di sinilah edukasi publik benar-benar menyentuh hati dan membekas di ingatan.

Momentum serupa terjadi ketika mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyuluhan Pertanian, Universitas Sebelas Maret (UNS), mengadakan kunjungan studi pada 5 Desember 2024. Diskusi berkembang jauh dari sekadar teori. Mereka berbagi gagasan tentang strategi komunikasi publik, *branding* petani milenial, dan upaya Kementerian Pertanian dalam menggalang regenerasi petani. Tidak hanya menerima informasi, para mahasiswa juga memberi masukan serta menjadi mitra dialog yang kritis dan konstruktif.



Gambar 29. Kunjungan studi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyuluhan Pertanian, Universitas Sebelas Maret, 5 Desember 2024

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Sentuhan interaksi pun menjangkau komunitas desa. Pada 3 Oktober 2024, Kepala Desa Purwasari dan Kepala SMP PGRI Cikupa dari Bogor berkunjung ke Gedung PIA. Tidak hanya berkunjung, mereka pulang membawa misi besar, yaitu membangun perpustakaan pertanian di desa, lengkap dengan rencana digitalisasi informasi dan pelatihan komunitas.

Kementerian Pertanian melalui Tim Kerja Pameran dan Edukasi Publik mendukung langkah ini dengan sumbangan buku, majalah, dan inspirasi. Setiap kunjungan ini menghadirkan lebih dari sekadar interaksi melainkan ia melahirkan hubungan yang tulus antara pemerintah dan masyarakat, menghapus sekat formalitas, serta menumbuhkan rasa memiliki terhadap masa depan pertanian Indonesia. Inilah bentuk interaksi yang benar-benar membekas,

menyentuh perasaan, menyalakan semangat, dan merintis kolaborasi yang lebih bermakna.

Kementerian Pertanian juga membuka pintunya lebar-lebar untuk menerima kunjungan dari berbagai elemen masyarakat, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga komunitas dan tokoh masyarakat. Kunjungan *Young Ambassador Agriculture*, Komunitas *ECW Goes to Kementerian Pertanian*, dan kunjungan studi dari berbagai sekolah dan universitas menjadi wujud interaksi langsung yang memberikan kesempatan bagi para peserta untuk mendapatkan informasi *first hand* tentang kebijakan, program, dan inovasi di sektor pertanian. Dukungan berupa buku-buku pertanian untuk membangun perpustakaan di desa-desa juga menjadi contoh nyata interaksi yang berdampak positif bagi masyarakat.

Penyediaan *merchandise* atau suvenir yang relevan dengan keseharian, seperti mug, tumbler, topi, hingga benih tanaman menjadi salah satu strategi interaksi yang dijalankan oleh Kementerian Pertanian. Barang-barang ini bukan hanya berfungsi sebagai kenang-kenangan, tetapi juga sebagai media promosi yang efektif untuk menanamkan *brand* dan pesan-pesan positif tentang pertanian di benak masyarakat.

G. Merajut Interaksi yang Berkelanjutan

Meskipun berbagai upaya interaksi telah dilakukan dengan sukses, Kementerian Pertanian terus berupaya untuk meningkatkan efektivitas program pameran dan edukasi publiknya. Evaluasi terhadap setiap kegiatan dilakukan secara berkala untuk mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Pemanfaatan teknologi yang

lebih canggih dan pengembangan konten yang lebih menarik akan terus menjadi fokus utama dalam menjalin interaksi tanpa sekat dengan masyarakat.

Dengan semangat keterbukaan dan keinginan untuk terus mendekatkan diri dengan masyarakat, Kementerian Pertanian optimis bahwa program-program pameran dan edukasi publik akan semakin efektif dalam membangun pemahaman yang mendalam, menumbuhkan kecintaan, dan mendorong partisipasi aktif seluruh elemen bangsa dalam memajukan sektor pertanian Indonesia. Interaksi tanpa sekat ini adalah kunci untuk mewujudkan pertanian yang berdaulat, berkelanjutan, dan mensejahterakan seluruh rakyat Indonesia.

BAB 7

MEMBANGUN KOLABORASI KELEMBAGAAN YANG SELARAS DAN HARMONIS

“Relationships... with governments and community institutions significantly contribute to organizational legitimacy.”

(Baum & Oliver, 2022)

A. Filosofi Dasar: Pembangunan Pertanian Sebagai Kerja Kolektif, Bukan Kerja Satuan

Sektor pertanian sering dipandang sebelah mata oleh masyarakat, padahal Indonesia memiliki sumber daya alam melimpah. Kekayaan ini justru membuat rakyatnya terlena. *“Taken for granted”* adalah ungkapan yang tepat menggambarkan *mindset* yang dimiliki masyarakat Indonesia terhadap sektor pertanian. Dengan potensi plasma nutfah Indonesia, masyarakat beranggapan pangan seharusnya mudah diperoleh dan berharga murah.

Sejalan dengan itu, pembangunan pertanian kerap diremehkan. Masyarakat cenderung merendahkan peran dan kinerja pemerintah di sektor ini, sehingga Kementerian Pertanian sering menjadi sasaran tembak atas segala persoalan, bahkan ketika persoalan tersebut bukan merupakan tugas dan fungsinya.

Survei opini publik Kementerian Pertanian bersama lembaga Indonesia Indikator pada awal tahun 2023 terhadap 1.001 responden di lima provinsi mengungkapkan fakta mengejutkan. Survei tersebut menunjukkan bahwa masyarakat masih belum sepenuhnya memahami tugas dan fungsi Kementerian Pertanian.



Gambar 30. Hasil pemahaman publik terhadap Tupoksi Kementan
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Lebih dari 50 persen responden menyebutkan Kementerian Pertanian memiliki tugas untuk menjaga kestabilan harga pangan di tingkat petani serta mengendalikan distribusi dan ketersediaan komoditas pertanian. Tidak hanya itu, sebanyak 34 persen responden masih salah paham bahwa tugas menjamin ketersediaan, keterjangkauan, dan stabilitas harga komoditas pangan lokal merupakan bagian dari tugas dan fungsi Kementerian Pertanian.

Rendahnya pemahaman masyarakat terhadap kinerja pemerintah di sektor pertanian, khususnya tugas dan fungsi Kementerian Pertanian, menunjukkan sikap acuh terhadap kompleksitas sektor ini. Padahal pertanian bukan perkara sepele, melainkan menyangkut hajat hidup masyarakat. Membangun sektor pertanian tidak bisa dilakukan dalam sunyi sendirian tanpa kawan, tetapi harus berbasis pada kolaborasi yang menyatukan berbagai kepentingan

dengan satu tujuan utama, yaitu menjamin pangan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Kompleksitas sektor pertanian berangkat dari kesadaran bahwa tidak ada satu institusi pun yang memiliki kapasitas penuh untuk menjawab kerumitan tantangan pertanian saat ini dan ke depannya, sebut saja dampak perubahan iklim, konversi lahan pertanian ke industri dan perumahan, begitupun rantai pasok pasar. Oleh karena itu, membangun pertanian harus dimaknai sebagai upaya bersama, yang dikelola secara terintegrasi dan partisipatif.

Syarat mutlak dalam kolaborasi pelaku sektor pertanian adalah mengesampingkan ego sektoral seraya membuka ruang sebesar-besarnya untuk dialog lintas lembaga pemerintahan, serta antara negara dan masyarakat. Pola komunikasi dibangun dalam kesetaraan dengan semangat membangun kebersamaan dan saling percaya. Para pemimpin hadir untuk mendorong kolaborasi, artinya tidak sekadar mengatur, tapi memberikan teladan dengan merangkul dan mengorkestrasi potensi setiap insan yang terlibat.

Dengan demikian, dalam rangka mengembangkan kerja kolektif, peran Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian menjadi penting. Keberhasilan program pembangunan pertanian tidak hanya ditentukan oleh kebijakan dan anggaran, tapi peran komunikasi yang menjadi alat untuk menghubungkan semua insan pertanian. Biro Komunikasi dan Layanan Informasi hadir untuk membangun jaringan dan pola komunikasi. Setiap kelompok pemangku kepentingan perlu terlibat serta berada dalam posisi yang egaliter.

Dengan mengedepankan filosofi dasar kerja kolektif, pembangunan pertanian hadir terbuka bagi semua kalangan untuk turut

berpartisipasi. Setiap kebijakan dan program dihasilkan dan diimplementasikan bersama-sama: dari kita, oleh kita, untuk kita. Pada akhirnya, keberhasilan bukan milik satu pihak, tetapi kontribusi semua kelompok yang bergerak pada ketukan-ketukan nada yang sama.

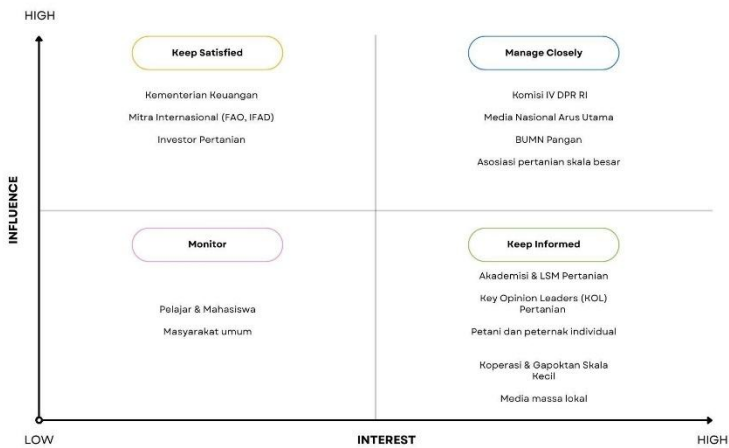
B. Peran Komunikasi Lintas Kelembagaan dalam Membangun Kepercayaan Publik dan Mendukung Keberhasilan Program

Dalam rangka mendukung keberhasilan program-program prioritas Kementerian Pertanian, terdapat berbagai faktor penentu, salah satunya adalah efektivitas komunikasi. Komunikasi lintas kelembagaan menjadi fondasi penting dalam membangun legitimasi publik walau kadang tidak dianggap penting.

Komunikasi lintas kelembagaan menjadi jembatan penghubung antara kebijakan teknis dan penerimaan publik atas implementasinya di lapangan. Tanpa adanya komunikasi sebagai jembatan, pesan tidak akan tersampaikan ke publik dengan baik. Pesan berisiko tersampaikan ke publik secara parsial, membingungkan, dan pada akhirnya berisiko menurunkan kepercayaan publik terhadap pemerintah.

Harapan terbesar kami kementerian/lembaga teknis yang terlibat, legislatif, pemerintah daerah, kelompok swasta, hingga organisasi kemasyarakatan lainnya memiliki kesepahaman akan pesan yang ingin disampaikan melalui pola komunikasi lintas kelembagaan dengan satu suara. Keselarasan ini bukan sekadar pelengkap, melainkan kebutuhan, agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan kebingungan di tengah masyarakat dan petani.

Oleh karena itu, simpul-simpul komunikasi dengan semua kelompok kepentingan yang memiliki jejaring kuat harus dibentuk. Melalui simpul-simpul itu, Kementerian Pertanian bisa membawa narasi yang mendukung jalannya program-program prioritas. Pemahaman yang seragam atas pesan dan strategi akan membuat implementasi program lebih tetap sasaran.



Gambar 31. Stakeholder Mapping Matrix

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Contoh konkrit misalnya program pupuk subsidi. Pada awal tahun 2025, pemerintah melakukan terobosan inovatif dengan memangkas 145 regulasi yang selama ini menghambat distribusi pupuk bersubsidi kepada petani. Langkah ini bertujuan untuk menyederhanakan penyaluran pupuk yang sebelumnya berbelit-belit yang menyebabkan petani terlambat mendapatkan pupuk subsidi.

Dengan penyederhanaan pupuk subsidi, petani dapat lebih mudah dan cepat mendapatkan pupuk. Alur distribusi diatur sedemikian rupa sehingga hanya melalui tiga level: Kementerian Pertanian, PT Pupuk Indonesia Holding Company (PIHC), dan langsung diserahkan kepada petani melalui gabungan kelompok tani (Gapoktan).

Akan tetapi, inovasi ini tidak akan berjalan baik tanpa adanya kerja kolektif antara Kementerian Pertanian, PT Pupuk Indonesia Holding Company, pemerintah daerah, maupun kelompok-kelompok lainnya yang terlibat. Semua bekerja sama memastikan narasi yang disampaikan selaras. Ruang-ruang komunikasi digelar, baik tatap muka ataupun secara daring.

Sebagai hasil dari upaya ini, pemerintah mencatat sejarah baru dengan keberhasilan menyalurkan pupuk bersubsidi tepat waktu pada 1 Januari 2025. Antusiasme petani di seluruh Indonesia begitu tinggi, menyambut kebijakan yang selama ini dinanti-nantikan. Penyaluran pupuk yang biasanya mengalami keterlambatan dan berbagai kendala, kini berhasil berjalan sesuai jadwal.

Dengan demikian, komunikasi lintas kelembagaan yang efektif memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan publik dan mendukung keberhasilan program penyederhanaan penyaluran pupuk bersubsidi ini. Koordinasi yang baik antara berbagai lembaga pemerintah memastikan bahwa kebijakan ini dapat diimplementasikan dengan lancar dan memberikan manfaat maksimal bagi petani di seluruh Indonesia.

C. Pemetaan *Stakeholder* dalam Komunikasi Publik Kementerian Pertanian

Dalam mengedepankan kerja kolektif dan demi penguatan satu narasi, kami di Kementerian Pertanian harus mampu mengidentifikasi kelompok mana saja yang masuk golongan penentu opini publik, penggerak di lapangan, hingga penerima pesan. Pemetaan kelompok pemangku kepentingan menjadi sesuatu yang krusial untuk dilakukan agar komunikasi yang dilakukan bisa efektif dan tepat sasaran.

Kelompok pemangku kepentingan memiliki karakteristik yang beragam. Oleh karena itu, penting bagi kami untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan mereka agar proses pemetaan dapat dilakukan dengan lebih efektif. Karakteristik tersebut bisa diidentifikasi berdasarkan sisi kepentingan terhadap isu maupun tingkat pengaruh dalam proses implementasi program. Dari dua sisi ini, kelompok pemangku kepentingan bisa dipetakan ke dalam kelompok-kelompok tertentu yang membutuhkan strategi komunikasi berbeda.

Pada kuadran tingkat kepentingan dan pengaruh tinggi atau disebut sebagai kelompok "*Manage Closely*", ada aktor utama pembangunan pertanian. Contohnya adalah asosiasi pertanian skala besar seperti Persatuan Perusahaan Penggilingan Padi (Perpadi). Selain itu, ada juga kelompok pengambil kebijakan, seperti Komisi IV DPR yang memiliki kepentingan sekaligus wewenang dalam menyetujui ataupun menolak kebijakan yang kami rancang.

BUMN Pangan juga memiliki peran penting dalam implementasi kebijakan kami di lapangan karena BUMN memegang otoritas distribusi, pengadaan, dan cadangan pangan strategis yang langsung terkait harga,

ketersediaan, serta stabilisasi pangan nasional. Kebijakan atau langkah BUMN pangan juga langsung memengaruhi opini publik, kepercayaan konsumen, dan kesejahteraan petani. Tak kalah penting, media nasional arus utama yang memiliki pengaruh besar dalam memengaruhi publik. Pada periode ini, Presiden Prabowo Subianto telah menetapkan swasembada pangan sebagai salah satu program prioritas. Sehingga media nasional arus utama turut menjadikan sektor pertanian sebagai fokus perhatian mereka.

Sementara itu, ada kuadran tingkat pengaruh besar tapi tidak memiliki kepentingan langsung dengan sektor pertanian atau kami sebut sebagai kelompok *“keep satisfied”*. Kelompok masyarakat ini berasal dari kalangan pengusaha atau kementerian/lembaga yang membidangi permodalan dan anggaran.

Mitra internasional seperti *Food and Agriculture Organization (FAO)* dan *Internation Fund of Agriculture Development (IFAD)* termasuk kuadran tersebut dan memerlukan pendekatan persuasif. Kehadiran mereka secara langsung hadir mengomunikasikan keberhasilan dan pentingnya kebijakan dan program Kementerian Pertanian ke masyarakat luas.

Di sisi lain, ada kuadran yang berisi kelompok dengan kepentingan besar terhadap pembangunan pertanian, tetapi pengaruhnya terbatas atau kami sebut sebagai kelompok *“keep informed”*. Walau tidak memiliki peran strategis dalam pengambilan kebijakan, mereka adalah penghubung penting antara pemerintah dan pelaku pertanian. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi dengan mereka bersifat edukatif dan sering mengedepankan dialog. Diharapkan

terjadi pertukaran pengetahuan yang bisa memperkaya pemahaman pemerintah maupun kelompok tersebut.

Terakhir, terdapat kuadran yang berisi masyarakat umum yang tidak memiliki kepentingan dan pengaruh langsung atau kelompok “*keep monitor*”, seperti konsumen pangan, pelajar, dan mahasiswa. Meski begitu, legitimasi dari kelompok ini tetaplah penting karena mereka merupakan komponen utama yang membentuk opini publik. Komunikasi untuk kelompok ini bisa dilakukan melalui konten-konten kreatif yang membumi, penyebaran informasi yang mudah dipahami, dan narasi yang menyentuh sisi emosional.

D. Sinergi Antarinstitusi Negara untuk Mendukung Ketahanan Pangan

Pertanian adalah salah satu sektor yang kompleks sehingga tidak bisa dipandang sebelah mata sebagai urusan Kementerian Pertanian saja. Sektor ini membutuhkan keterlibatan lintas sektor, dari hulu ke hilir, mulai dari produksi, distribusi, infrastruktur, fiskal, sosial, hingga keamanan. Oleh karena itu, menjadi suatu kewajiban bagi kami untuk membangun sinergi antarinstitusi negara sehingga pemerintah dapat memastikan program pertanian berjalan terintegrasi, tidak tumpang tindih, serta para pelakunya berkolaborasi dan bersinergi dalam satu-kesatuan.

Maka Kementerian Pertanian selalu mengedepankan pendekatan kerja bersama sebagai fondasi semua program-programnya. Sebut saja satuan tugas (satgas) pangan yang digagas untuk menjaga ketersediaan pangan di pasaran yang tidak hanya diisi

elemen Kementerian Pertanian ataupun Kementerian Perdagangan, tetapi juga melibatkan TNI, Polri, Kejaksaan, serta BUMN Pangan.

Salah satu contohnya adalah gerakan pompanisasi secara masif yang digencarkan saat El Nino menghantam Indonesia sepanjang tahun 2024. Menghadapi ancaman kekeringan, Kementerian Pertanian menggulirkan program pompanisasi sebagai solusi cepat untuk mengatasi dampak kekeringan terhadap pertanian. Solusi lain banyak, tapi dengan keterbatasan waktu karena iklim ekstrem sudah di depan mata dan berpotensi mengancam produksi pangan, memang diperlukan solusi cepat dan mudah. Pompanisasi menjadi pilihan paling memungkinkan.

Ide utama pompanisasi adalah memanfaatkan sumber air seperti sungai, danau, dan embung melalui puluhan ribu pompa air yang didistribusikan ke berbagai daerah rawan kekeringan. Program ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas sekitar satu juta hektare lahan tadah hujan, dari yang semula hanya satu kali tanam menjadi dua hingga tiga kali tanam.

Akan tetapi, pompanisasi tidak hanya tentang menyediakan bantuan pompa air. Program pompanisasi pada implementasinya melibatkan orkestrasi lintas kementerian/lembaga: Kementerian Pertanian sebagai penggagas dan konduktor, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) berwenang dalam penyediaan sumber air, serta pemerintah daerah dan penyuluh pertanian sebagai pendamping langsung di lapangan. Di tingkat akar rumput, petani sebagai pelaku utama.

Selain elemen kelompok di atas, TNI turut dilibatkan sebagai kekuatan besar di lapangan yang membantu distribusi, operasional,

hingga pengawasan. Sebagai dasar kerjasama, Kementerian Pertanian dan TNI menandatangani nota kesepahaman (MoU) pada akhir 2023. Dalam MoU tersebut, tertera komitmen kerjasama kedua belah pihak dalam memperkuat ketahanan pangan nasional melalui dukungan pengamanan distribusi alat mesin pertanian (alsintan), pengawasan lahan, hingga pendampingan petani di lokasi pompanisasi. Dengan fondasi kerja kolektif yang diperkuat oleh MoU formal antar-lembaga, gerakan pompanisasi menjadi bukti bahwa kolaborasi bukan hanya jargon, tetapi kekuatan nyata dalam menjawab tantangan krisis pangan dan iklim di lapangan.



Gambar 32. Panen jagung bersama KASAD, 4 Juni 2024
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Sepanjang tahun 2024 program pompanisasi berhasil mengairi lebih dari satu juta hektare lahan sawah, meningkatkan indeks pertanaman, dan menahan laju penurunan produksi akibat El Nino. Keberhasilan ini tidak lepas dari komunikasi lintas kelembagaan yang intensif, koordinatif, dan adaptif.

Keberhasilan program pompanisasi tampak pada peningkatan produksi beras secara signifikan pada Semester II/2024. Berdasarkan data BPS, produksi Agustus mencapai 2,84 juta ton; September 2,87 juta ton; dan Oktober 2,59 juta ton. Tren produksi ini terbilang anomali karena biasanya produksi beras Agustus–Oktober cenderung menurun karena musim kemarau. Raihan Agustus–Oktober itu pada akhirnya turut mendongkrak produksi beras pada Semester II/2024 yang mencapai 23,36 juta ton, meningkat dari 22,44 juta ton pada 2022 dan 21,63 juta ton pada 2023.

Keberhasilan gerakan pompanisasi yang berbasis sinergi dan kerjasama antara lembaga negara ini menjadi representasi bahwa ketahanan pangan melibatkan kerja kolektif semua aparatur pemerintahan. Setiap lembaga memiliki peran dan wewenang berbeda, namun perlu digerakkan dalam satu arah kebijakan yang harmonis.

Pada tahun 2025, Kementerian Pertanian kembali melakukan terobosan dengan membangun kemitraan bersama Kementerian Pekerjaan Umum. Kolaborasi ini difokuskan pada pembangunan dan rehabilitasi jaringan irigasi serta penyediaan pompa air untuk lahan-lahan pertanian tadah hujan yang selama ini hanya bisa ditanami sekali dalam setahun.

Dengan semangat kebersamaan, Kementerian Pekerjaan Umum menyambut secara positif ajakan Kementerian Pertanian untuk

melakukan perbaikan irigasi. Mereka tidak hanya bersinergi dalam hal koordinasi, tetapi juga mengalokasikan sebagian anggaran infrastruktur untuk perbaikan saluran irigasi pertanian dan pembangunan sistem pompanisasi. Dukungan ini sangat penting, karena langsung menysasar kebutuhan riil petani di lapangan.

Berkat kerja sama ini, sekitar 1 juta hektare lahan tadah hujan akan bisa terairi secara berkelanjutan. Lahan yang sebelumnya hanya mampu ditanami satu kali dalam setahun kini berpotensi untuk ditanami hingga tiga kali dalam setahun. Ini merupakan lompatan besar dalam produktivitas dan kontribusi nyata terhadap percepatan swasembada pangan nasional.

Kolaborasi ini juga menjadi cerminan pendekatan pembangunan yang tidak ego sektoral, tetapi saling melengkapi. Kementerian Pertanian melalui jajarannya di lapangan, seperti penyuluh, petugas lapangan, dan pemerintah daerah melakukan pemetaan kebutuhan air dan wilayah prioritas. Sementara Kementerian Pekerjaan Umum melakukan eksekusi teknis berupa pembangunan infrastruktur air seperti pompa, jaringan irigasi tersier, dan rehabilitasi saluran rusak.

Keberhasilan ini bukan hanya meningkatkan produktivitas pertanian, tetapi juga meningkatkan semangat petani. Mereka merasa negara hadir dan serius dalam membela kepentingan mereka. Kini, dengan pasokan air yang lebih baik, petani bisa menanam lebih sering, pendapatan meningkat, dan ketahanan pangan lokal pun semakin kuat.

Model kolaborasi ini menunjukkan bahwa pembangunan pertanian adalah tanggung jawab bersama. Pembangunan ini membutuhkan sinergi lintas lembaga yang saling percaya, saling

mendukung, dan berjalan dalam visi yang sama: menghadirkan kedaulatan pangan Indonesia.

E. Penguatan Kelembagaan Masyarakat dalam Mewujudkan Swasembada Pangan

Upaya pemerintah dalam mengawal Indonesia untuk mewujudkan swasembada pangan perlu melibatkan kolaborasi semua pihak. Tidak mungkin dicapai dengan pendekatan *top-down* semata, tetapi menuntut partisipasi aktif masyarakat, khususnya petani sebagai pelaku utama. Maka penguatan kelembagaan masyarakat menjadi sangat penting dalam mewujudkan swasembada pangan.

Dalam penguatan kelembagaan masyarakat tersebut, diperlukan pendekatan **komunikasi pembangunan partisipatif**. Menurut konsep ini, masyarakat adalah subjek pembangunan, bukan sekadar objek. Masyarakat dilibatkan dan aktif berperan serta dalam setiap tahapan pembangunan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Dengan adanya pendekatan komunikasi pembangunan partisipatif, masyarakat menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kebijakan pertanian. Suara, pengalaman, dan pengetahuan masyarakat adalah kunci penting keberhasilan pembangunan. Melalui pendekatan ini, efektivitas implementasi meningkat karena masyarakat memiliki *sense of belonging* atas program yang dijalankan.

Kementerian Pertanian berupaya menghidupkan kembali pendekatan komunikasi partisipatif dalam melaksanakan pembangunan pertanian. Dalam implementasinya, kelembagaan petani menjadi subjek utama yang menjadi prioritas pada setiap program yang kami usung. Salah satunya adalah gerakan pompanisasi yang dimotori oleh

kelembagaan petani. Pompa yang diberikan dikelola secara kolaboratif oleh Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan).

Jajaran Kementerian Pertanian selalu turun ke lapangan, mengedepankan komunikasi bersifat dua arah dengan mendengarkan aspirasi petani sebelum alat diberikan. Dengan komunikasi dua arah, kami bisa melakukan penyesuaian antara kebijakan yang diambil dengan kebutuhan masyarakat di lapangan sehingga program lebih efektif dan berkelanjutan.

Melalui pendekatan komunikasi pembangunan yang partisipatif, Biro Komunikasi dan Layanan Informasi juga berupaya menjangkau dan melibatkan berbagai lapisan kelompok masyarakat. Selain petani, komunitas lokal, akademisi, praktisi, pengamat, hingga generasi muda menjadi sasaran strategis karena mereka merupakan komponen penting dalam pembangunan pertanian nasional. Setiap kelompok masyarakat diajak mengambil peran aktif dalam pembangunan. Ajakan itu diwujudkan melalui forum dialog publik, lokakarya, pemanfaatan media sosial, hingga penunjukan mereka sebagai duta program prioritas. Dengan cara ini, semua kelompok memiliki ruang untuk berkomunikasi dengan Kementerian Pertanian, baik dengan menyampaikan aspirasi, memberikan masukan terhadap kebijakan, atau berpartisipasi langsung dalam pelaksanaan program kementerian atau lembaga.

Dengan adanya pendekatan partisipatif ini diharapkan mampu membangun kepercayaan publik yang berkelanjutan, memperkuat rasa kepemilikan masyarakat terhadap program-program pemerintah, serta mendorong terciptanya sinergi kolaboratif antara negara dan warga dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Oleh karena itu, Kementerian Pertanian mendorong pendekatan kolaboratif yang

bersifat terbuka dan inklusif dengan melibatkan berbagai lembaga nonpemerintah guna mendukung visi besar pembangunan pertanian nasional.

Salah satu mitra penting dalam kolaborasi ini adalah Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN). Melalui kerja sama dengan KADIN, Kementerian Pertanian memperkuat keterhubungan antara sektor produksi dan sektor industri serta distribusi. Kolaborasi ini mencakup fasilitasi investasi pertanian, pendampingan petani dalam memperluas akses pasar, hingga penguatan rantai pasok komoditas strategis. Di tengah dinamika global yang mempengaruhi harga dan distribusi pangan, keterlibatan dunia usaha menjadi kunci agar hasil produksi petani dapat terserap secara maksimal, dengan harga yang menguntungkan.



Gambar 33. Audiensi dengan KADIN, 20 Januari 2025

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Di sisi lain, kami juga aktif merangkul organisasi kepemudaan dan kemasyarakatan, seperti Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI), sebagai bagian dari strategi regenerasi petani dan pemberdayaan pemuda desa. Dalam berbagai kesempatan, KAMMI dilibatkan dalam program pelatihan, pendampingan kelompok tani muda, hingga promosi kewirausahaan berbasis pertanian. Keterlibatan organisasi pemuda ini menjadi wujud bahwa pertanian tidak lagi dianggap sebagai sektor yang tertinggal, melainkan sebagai ruang aktualisasi dan inovasi generasi muda.



Gambar 34. Audiensi dengan KAMMI, 20 Januari 2025

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Selain KADIN dan KAMMI, Kementerian Pertanian juga memperluas jalinan kerja sama dengan berbagai organisasi masyarakat sipil, koperasi, pesantren, perguruan tinggi, hingga kelompok perempuan tani. Bentuk kolaborasi ini sangat beragam, mulai dari

distribusi bantuan alat dan mesin pertanian (Alsintan), pengembangan demplot percontohan, pelatihan teknis, hingga advokasi kebijakan di daerah. Prinsipnya adalah sederhana: semua pihak yang memiliki komitmen terhadap pertanian berhak untuk dilibatkan.

Kolaborasi ini juga memperkuat legitimasi kebijakan pertanian, karena melibatkan berbagai perspektif dan kepentingan. Dengan KADIN, pengusaha diajak bukan hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada keberlanjutan. Dengan KAMMI dan organisasi pemuda lainnya, semangat pertanian dihidupkan kembali di kalangan milenial. Dengan kelompok masyarakat sipil, keadilan akses dan inklusivitas petani kecil terus dijaga.

Sinergi seperti inilah yang menjadi landasan kuat dalam membangun kelembagaan pertanian yang harmonis dan partisipatif. Bukan hanya antar instansi pemerintah, tetapi juga antara negara dan rakyatnya, antara kebijakan dan gerakan, antara mimpi dan tindakan nyata di lapangan.

F. Kolaborasi Kelembagaan Sebagai Pilar Ketahanan Pangan Berkelanjutan: Satu Suara, Satu Arah, dan Satu Tekad

Presiden Soekarno pernah berkata bahwa pertanian adalah soal hidup atau mati. Dalam pernyataan lengkapnya, Soekarno menyebutkan, "Aku bertanya kepadamu: sedangkan rakyat Indonesia akan mengalami celaka, bencana, malapetaka, dalam waktu yang dekat kalau soal makanan rakyat tidak segera dipecahkan, sedangkan soal persediaan makanan rakyat ini bagi kita adalah soal hidup atau mati, kenapa dari

kalangan-kalanganmu?", tanya Sukarno pada para pemuda yang hadir pada saat peresmian Kampus IPB Baranangsiang, 1952.

Dari pernyataan tersebut, dapat disebutkan bahwa ketahanan pangan menjadi fondasi strategis bagi sebuah bangsa. Apalagi dengan kondisi global dan lingkungan yang sangat dinamis, dibutuhkan sistem pangan yang juga kokoh. Persoalan iklim dengan segala dampaknya, krisis geopolitik, serta pertumbuhan penduduk, bisa berpotensi mengancam ketahanan pangan.

Oleh karena itu, membangun ketahanan pangan memerlukan pendekatan holistik dan terintegrasi. Diperlukan transformasi dari pendekatan sektoral menjadi kolaboratif antar sektor, baik kementerian teknis, lembaga riset, pemerintah daerah, komunitas petani dan peternak, pelaku swasta, hingga masyarakat. Inilah pentingnya kolaborasi kelembagaan sebagai pilar ketahanan berkelanjutan. Dengan pendekatan kelembagaan pada level antarlembaga pemerintah ataupun dengan luar pemerintah, terjadi penyatuan visi bahwa ketahanan pangan adalah kepentingan nasional yang tidak bisa ditawar. Semua lembaga harus berjalan dalam irama yang sama, saling memperkuat menipiskan ego, saling berbagi buat bersaing atau menutup diri.

Sinergi yang ditunjukkan dalam penyederhanaan distribusi pupuk subsidi atau program pompanisasi menunjukkan bahwa keberhasilan program dan kebijakan sangat ditentukan oleh kekohesifan seluruh lembaga yang terlibat. Diperlukan satu suara untuk menyuarakan narasi yang sama, satu arah dalam menyusun kebijakan yang konsisten, serta satu tekad dalam menggerakkan sumber daya secara maksimal demi tercapainya kedaulatan pangan.

BAB 8

ISU, BERITA, DAN SENTIMEN PUBLIK

When the news wants to tell you something is important, they put dramatic theme music behind it. They scare you into watching the story.

(Aaron McGruder – Penulis, Dosen dan Produser Amerika)

A. Isu dan Krisis dalam Pertanian

1. Apa Itu Isu Publik?

Isu publik merupakan topik pembahasan dari peristiwa yang menyita perhatian masyarakat, baik dalam kelompok terbatas maupun secara luas karena menyangkut kepentingan banyak orang. Berbeda dengan isu privat, isu publik bersifat terbuka, mengundang opini, dan memiliki potensi memengaruhi kebijakan publik atau legitimasi institusi. Dalam era digital dan keterbukaan informasi, isu publik tidak hanya terbentuk secara alamiah, tetapi juga bisa diciptakan, digerakkan, dan dikuatkan melalui strategi komunikasi atau media sosial.

Isu publik berkembang dengan sangat cepat dan menjangkau khalayak luas. Kecepatan dan skalanya menjadikan isu publik sebagai elemen strategis yang tidak boleh diabaikan, terutama oleh lembaga pemerintahan. Pengelolaan yang keliru terhadap satu isu saja dapat merusak kepercayaan publik. Bahkan dalam skala tertentu, berpotensi memicu ketegangan sosial maupun instabilitas politik.

Isu publik tidak terbatas pada batas geografis atau sektoral. Sekali muncul dan menyentuh emosi atau kepentingan kolektif, ia berkembang seperti ombak pasang. Di dunia komunikasi publik, sering

dikatakan bahwa isu publik punya “umur hidup”, dimulai dari munculnya indikasi, menguatnya perhatian, lalu mencapai puncaknya saat menjadi topik diskusi luas di media, sebelum akhirnya redup atau bermetamorfosis menjadi kebijakan.

Namun, yang membuat isu publik begitu dahsyat bukan hanya lintasan waktunya, tetapi juga kekuatannya dalam mengubah persepsi masyarakat terhadap institusi dengan menggeser narasi yang sudah dominan. Tak hanya itu, isu juga bisa menciptakan tekanan politik, membentuk opini publik dalam jangka panjang, bahkan dapat juga menjadi pijakan bagi media dalam menetapkan *framing* atau agenda pemberitaan.

Isu publik dapat bersumber dari masalah aktual, wacana, persepsi, hoaks, dan keberhasilan ataupun kegagalan dari sebuah kebijakan. Salah satu metode analisis isu yang digunakan Kementerian Pertanian adalah metode PEST yang berbasis bidang politik, ekonomi, sosial, dan teknologi.

Sumber analisis isu publik **PEST** yang diterapkan di Kementerian Pertanian merupakan kerangka kerja strategis untuk memahami konteks eksternal. Dari sisi politik, kami menelaah faktor-faktor yang berkaitan dengan kebijakan makro pemerintahan yang mencakup isu stabilitas politik, peraturan yang sedang maupun akan dirancang, serta regulasi lain seperti kebijakan perpajakan. Analisis juga dapat diperluas hingga ke tingkat subsektor, misalnya tanaman pangan, yang meliputi kebijakan penyerapan gabah, penyaluran pupuk, program pompanisasi, irigasi, dan berbagai kebijakan lain yang berlandaskan pada aspek politik saat ini

Sementara itu, analisis dengan sumber isu yang berasal dari aspek ekonomi mencakup perihal yang berkaitan dengan kondisi ekonomi wilayah, seperti tingkat inflasi, suku bunga, pertumbuhan ekonomi, pengangguran, daya beli masyarakat, dan nilai tukar mata uang. Naiknya harga bahan bakar, misalnya, dapat memengaruhi biaya produksi pertanian. Isu ini berpotensi menyita perhatian masyarakat luas karena menyangkut kepentingan banyak orang.

Untuk analisis isu yang bersumber dari faktor sosial, perhatian dapat diarahkan pada isu demografi, budaya, gaya hidup, tingkat pendidikan, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sektor pertanian, serta nilai-nilai sosial lainnya.

Sementara itu, analisis isu dari aspek teknologi mencakup perkembangan inovasi seperti pemanfaatan teknologi pencitraan satelit untuk memantau luas tanam, adopsi digital, otomasi, serta infrastruktur teknologi, misalnya penggunaan drone untuk penebaran benih dan pemupukan. Dinamika teknologi ini menjadikan isu publik di bidang pertanian sebagai elemen strategis yang tidak dapat diabaikan, terutama oleh lembaga pemerintahan.

Isu-isu ini muncul karena adanya celah antara harapan masyarakat dan kondisi nyata yang terjadi, atau karena adanya keputusan, peristiwa, maupun kebijakan yang menimbulkan dampak luas. Ketika sebuah isu berhasil menarik perhatian masyarakat secara signifikan dan terus bergulir dalam ruang publik, ia memiliki potensi untuk membentuk opini publik, memengaruhi agenda media, dan bahkan mengarahkan pengambilan keputusan di level pemerintahan.

Dengan demikian, karakteristik isu publik tersebut dapat ditelusuri dari beberapa ciri utama, antara lain menyangkut kepentingan banyak

orang, menimbulkan pro dan kontra di ruang publik, diberitakan secara masif oleh media, berlangsung dalam jangka waktu tertentu, bisa sementara atau berkelanjutan, serta memengaruhi reputasi, kebijakan, dan citra sebuah lembaga atau institusi.

Dalam era keterbukaan informasi seperti saat ini, isu publik dapat berkembang dengan sangat cepat melalui media sosial maupun media massa konvensional. Bahkan, isu yang semula bersifat lokal atau sektoral bisa segera menjadi isu nasional jika tidak ditangani dengan baik oleh pihak terkait.

Oleh karena itu, isu publik yang tidak dikelola dengan baik berpotensi menimbulkan *noise* atau gangguan informasi yang dapat membingungkan masyarakat terkait validitas suatu informasi. Kondisi ini pada gilirannya dapat menurunkan tingkat kepercayaan kepada pemerintah, sebuah ancaman nyata yang harus diantisipasi.

Penurunan kepercayaan publik dapat memicu polarisasi, dengan munculnya kelompok pro dan kontra yang sulit dipertemukan untuk mencapai titik tengah maupun objektivitas atas suatu kebijakan. Dalam situasi tersebut, politik identitas sering kali ikut menguat, dibalut isu-isu substantif namun disusupi sentimen SARA. Jika hal ini terjadi, risiko delegitimasi pun meningkat, sehingga program strategis yang sedang dijalankan pemerintah dapat kehilangan dukungan publik.

Sektor pertanian di Indonesia adalah sektor vital, menyangkut kehidupan petani, ketahanan pangan, dan stabilitas sosial. Namun, sektor pertanian juga sangat rentan terhadap berbagai isu publik yang muncul secara berulang (isu klasik) dan sering menjadi alat politisasi. Sektor pertanian di Indonesia adalah sektor vital, menyangkut kehidupan petani, ketahanan pangan, dan stabilitas sosial. Namun,

sektor pertanian juga sangat rentan terhadap berbagai isu publik yang muncul secara berulang (isu klasik) dan sering menjadi alat politisasi.

Sebagai institusi yang berada di garis depan dalam menjamin produksi pangan nasional, Kementerian Pertanian menjadi salah satu lembaga yang paling sering bersentuhan dengan isu publik. Dalam menyikapi tantangan yang berkembang di sektor pertanian, berbagai strategi komunikasi serta sistem pengelolaan isu publik telah dirancang dengan prinsip adaptabilitas, kemajuan berkelanjutan, dan pengukuran yang terarah. Upaya ini dilakukan agar kebijakan dan program kerja Kementerian Pertanian tidak hanya tersampaikan secara luas, tetapi juga dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat, serta mampu membentuk persepsi publik yang positif.

Tim kami di Kementerian Pertanian secara rutin melakukan pemantauan media (*media monitoring*) untuk mendeteksi sejak dini potensi isu publik yang muncul di berbagai kanal, baik media mainstream, media sosial, maupun aspirasi masyarakat di tingkat akar rumput. Hasil pemantauan ini digunakan untuk memetakan sentimen publik dan mengidentifikasi topik-topik sensitif yang perlu segera ditindaklanjuti.

Dalam berbagai kesempatan, kami merespons cepat terhadap isu-isu krusial, seperti isu kekeringan, permasalahan distribusi pupuk, irigasi yang tidak lancar, bantuan alat mesin pertanian yang tidak sampai ke penerima dan masih banyak lagi. Melalui klarifikasi resmi, jumpa pers, maupun wawancara langsung oleh Menteri Pertanian atau pejabat Eselon I, kami di Kementerian Pertanian berupaya menyampaikan penjelasan yang faktual dan dapat dipertanggungjawabkan. Pendekatan

ini dilakukan untuk mencegah bias informasi dan menjaga kepercayaan publik.

Kami juga secara berkala menggelar rapat koordinasi kehumasan antarunit kerja guna menyamakan persepsi dan mengonsolidasikan pesan yang disampaikan ke publik. Hal ini bertujuan agar semua lini menyampaikan narasi yang sama dan sejalan dengan kebijakan kementerian, sekaligus mencegah kesimpangsiuran informasi.

Dalam situasi krisis atau ketika isu berkembang menjadi kontroversi publik, Kementerian Pertanian menjalankan *crisis communication protocol*. Hal ini ditunjukkan misalnya dalam penanganan kritik terhadap program *food estate*, saat Kementerian Pertanian merespons dengan membuka akses kunjungan media dan akademisi ke lokasi program, seperti di lokasi Merauke, Papua Selatan, dan Kapuas di Kalimantan Tengah, ataupun dengan menghadirkan testimoni petani langsung sebagai narasi tandingan yang otentik.

Kementerian Pertanian tidak hanya menyampaikan informasi secara satu arah, tetapi mendorong dialog dan keterlibatan publik melalui forum seperti *Chief Editor Meeting*, *Media Tour*, serta diskusi tematik bersama media-media nasional, komunitas petani, dan pemangku kepentingan lainnya. Upaya ini menciptakan ruang interaksi yang sehat, terbuka, dan produktif.

Dalam setiap ekspos dan melakukan keterangan pers terkait capaian program, Kementerian Pertanian berpegang teguh dan patuh kepada Perpres No. 39 Tahun 2019 Tentang Satu Data Indonesia (SDI), di mana BPS adalah produsen data. Oleh karena itu, data yang kami siarkan untuk khalayak adalah data dan angka yang akurat, mutakhir dan

dapat dipertanggungjawabkan sehingga bisa menjadi dasar penentuan kebijakan pemerintah yang efektif dan tepat sasaran.

Untuk mendukung hal tersebut, kami juga menghadirkan kisah-kisah nyata dari petani, penyuluh, dan *stakeholder* lainnya. Pendekatan ini memperkuat emosional *engagement* publik, sekaligus menunjukkan bukti konkret dari kebijakan yang dijalankan. Hal ini terlihat dalam narasi-narasi media yang mengangkat kisah anak muda yang sukses meniti agribisnis, para petani penerima bantuan alat dan mesin pertanian (alsintan), atau pelaku ekspor hortikultura yang mendulang dolar.

Melalui kanal-kanal digital seperti Instagram, Twitter (X), YouTube hingga portal berita resmi, Kementerian Pertanian memaksimalkan komunikasi dua arah, kampanye edukatif, dan diseminasi informasi secara cepat. Kampanye tematik seperti **#PertanianMaju**, **#PetaniBangga**, **#BrigadePangan**, **#pompanisasi**, menjadi contoh bagaimana pesan kementerian pertanian dikemas secara modern dan inklusif.

Kami bersama jajaran tim di Biro Komunikasi dan Layanan Informasi juga menjalin hubungan strategis dengan media nasional, lokal, dan komunitas jurnalis pertanian. Bahkan, kerja sama dilakukan dengan tokoh-tokoh publik dan *agroinfluencer* untuk menjangkau generasi muda. Tujuannya adalah membangun persepsi positif dan mempromosikan pertanian sebagai sektor yang modern, menjanjikan, dan bernilai strategis.

Kementerian Pertanian secara berkala melakukan evaluasi atas efektivitas komunikasi publik ini. Jika ditemukan adanya ketidaktepatan narasi, maka reposisi dilakukan agar lebih sesuai dengan kebutuhan

publik dan situasi terkini. Langkah ini penting dalam menjaga kontinuitas komunikasi yang relevan dan tidak ketinggalan isu.

Di era disrupsi informasi dan cepatnya penyebaran opini publik, kemampuan mengelola isu publik menjadi kebutuhan utama dalam bidang kehumasan. Review atas berbagai upaya yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kami di Kementerian Pertanian menempatkan fungsi kehumasan bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, tetapi sebagai garda terdepan dalam membangun kepercayaan publik, meredam disinformasi, serta memperkuat legitimasi kebijakan.

Melalui strategi komunikasi yang adaptif, berbasis data, kolaboratif, dan menyentuh langsung kehidupan masyarakat, Kementerian Pertanian menunjukkan bahwa komunikasi bukan sekadar pelengkap, tetapi bagian integral dari tata kelola pemerintahan yang baik dan responsif terhadap dinamika publik.

2. Isu Klasik Pertanian

Isu strategis di sektor pertanian Indonesia senantiasa menjadi perhatian utama di ruang publik karena daya picunya yang tinggi. Di antaranya adalah permasalahan pupuk bersubsidi, fluktuasi harga komoditas, kebijakan impor pertanian, ketersediaan benih unggul, dampak perubahan iklim, keterbatasan kualitas sumber daya manusia, serta tingginya biaya produksi yang keseluruhannya mencerminkan kompleksitas tantangan pertanian nasional.

Isu pupuk bersubsidi merupakan persoalan klasik yang hampir selalu mencuat setiap awal musim tanam, baik musim pertama, kedua, maupun ketiga. Kelangkaan pupuk sering menjadi sorotan media lokal maupun nasional dari beberapa golongan, seperti media tiers tiga, tiers

dua maupun tiers satu. Kelangkaan dan kesulitan akses pupuk menjadi keluhan utama petani yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan alokasi, kendala distribusi di lapangan, implementasi sistem e-RDKK yang belum sempurna, hingga adanya indikasi malpraktik, sampai dengan praktik mafia pupuk. Persoalan ini menjadi sangat sensitif karena pupuk dipandang sebagai nadi yang menentukan keberlangsungan produktivitas pertanian.

Ketidaktepatan informasi atau perubahan kebijakan yang tidak dikomunikasikan dengan baik, seperti pada isu pupuk bersubsidi tersebut, dapat dengan cepat menjadi isu liar di publik dan bahkan dimanfaatkan sebagai amunisi politik. Oleh karena itu, isu ini tidak hanya perlu diselesaikan secara teknis, tetapi juga ditangani melalui strategi komunikasi publik yang transparan, responsif, berpihak, dan komprehensif kepada petani serta masyarakat luas.

Adapun hal lainnya, yakni isu impor komoditas, seperti impor beras, impor jagung, impor daging, merupakan salah satu isu yang paling mudah memicu kegaduhan dan perhatian nasional. Setiap kali pemerintah mengumumkan rencana impor, penetapan kuota impor, meskipun tujuannya untuk menjaga cadangan pangan nasional dan stabilitas harga, respons publik sering kali negatif. Narasi yang berkembang di media dan ruang publik cenderung mempertanyakan “Mengapa harus impor kalau kita negara agraris, sih?” Di sinilah terjadi benturan antara logika teknokratik yang berbasis data, cadangan, dan kebutuhan jangka pendek, dengan tekanan populistik yang memanfaatkan sentimen kemandirian pangan untuk membangun opini.

Begitu isu impor mencuat, dampaknya bisa meluas dan menghambat berbagai sektor. Hal ini juga bisa memperkeruh relasi

antara tingkat kementerian, lembaga, badan, dan instansi lintas sektor, yang pada akhirnya bisa menggeser fokus kebijakan jangka panjang dari jalur semestinya. Penanganan isu ini menuntut komunikasi publik yang cermat, transparan, dan tegas agar publik memahami bahwa impor bukan tanda kegagalan, melainkan langkah strategis dalam konteks tertentu, menyiapkan cadangan kebutuhan komoditas tertentu bagi masyarakat.

Berikutnya, isu klasik dari fluktuasi harga komoditas pertanian seperti harga gabah, harga jagung, harga cabai, harga bawang, harga daging selalu menjadi perhatian publik karena menyangkut dua kepentingan yang sama, yakni petani sebagai produsen dan masyarakat sebagai konsumen. Ketika harga komoditas jatuh, terutama saat panen raya, petani mengalami kerugian dan menyuarkan protes karena hasil jerih payah mereka tidak sebanding dengan biaya-biaya yang dikeluarkan, mulai dari biaya sebelum berproduksi, biaya produksi, dan pascaproduksi. Sebaliknya, ketika harga melonjak, terutama untuk komoditas hortikultura, seperti cabai dan bawang dapat menyebabkan konsumen mengeluh karena tekanan inflasi, khususnya di wilayah perkotaan. Dalam situasi ini, komunikator di Humas Kementerian Pertanian sering berada dalam posisi dilematis karena harus menjaga keseimbangan antara kepentingan hulu dan hilir.

Isu ini menjadi klasik karena berulang setiap tahun, dipengaruhi oleh faktor musiman, seperti cuaca, kelancaran distribusi, serta praktik spekulasi pasar yang menjadikannya sebagai isu publik yang kuat adalah dampaknya yang langsung terasa di kehidupan sehari-hari masyarakat. Tidak heran jika judul seperti “Harga Gabah Anjlok Saat Panen Raya” hampir selalu menjadi *headline* di media nasional pada masa-masa

sebelumnya, sebelum tahun 2025, mencerminkan betapa kompleks dan sensitifnya isu harga komoditas ini dalam lanskap komunikasi publik pertanian.

3. Isu Pertanian (2021–2024)

Selain isu-isu klasik yang telah disebutkan sebelumnya, periode **2021–2024** juga diwarnai oleh beragam dinamika dan tantangan yang kompleks di sektor pertanian. Isu-isu tersebut mencakup kebijakan, produksi, distribusi, harga, hingga tata kelola kelembagaan pertanian, yang secara keseluruhan mencerminkan betapa strategis dan sensitifnya sektor ini terhadap perubahan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Beberapa isu utama yang mencuat antara lain:

1. Kebijakan dan Tata Kelola Program Pertanian: Kritik terhadap program *food estate*, pengelolaan pupuk bersubsidi (distribusi, kuota, stok, HET, dan RDKK), pengurangan alokasi subsidi, serta penyesuaian anggaran Kementerian Pertanian;
2. Produksi dan Harga Komoditas Pangan Strategis: Fluktuasi harga dan produksi pada beras, cabai, bawang merah, jagung, kedelai, telur, daging sapi, daging ayam, hingga sawit (TBS/CPO), termasuk dampak program peremajaan dan tata kelola industri sawit;
3. Iklim dan Bencana Alam: Dampak kekeringan, banjir, fenomena *El Niño* dan *La Niña*, erupsi gunung, serta alih fungsi lahan yang berimplikasi pada penurunan luas tanam dan produktivitas padi serta komoditas hortikultura;

4. Kesehatan Hewan dan Keamanan Pangan: Munculnya penyakit hewan seperti PMK, LSD, brucellosis, jembrana, flu burung, flu babi, dan antraks yang mempengaruhi populasi ternak dan produksi daging nasional;
5. Ketersediaan dan Akses Input Produksi: Keterbatasan alsintan, kebutuhan pembiayaan, serta rendahnya partisipasi petani dalam program Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP);
6. Perdagangan dan Ketahanan Pangan: Kebijakan impor berbagai komoditas (beras, jagung, bawang putih, kedelai, gula, susu, daging sapi, daging kerbau, telur, buah), ekspor jagung, serta isu validitas data produksi dan stok pangan nasional;
7. Aspek Sosial dan SDM Pertanian: Kekurangan penyuluh, regenerasi petani, penurunan nilai tukar petani (NTP), dan keterlibatan generasi muda yang masih rendah dalam sektor pertanian;
8. Program Strategis dan Inovatif: Pelaksanaan program pompanisasi, implementasi biodiesel B50, program makanan bergizi, pembentukan Brigade Pangan, serta inisiatif pemerintah dalam menyiapkan program makan siang gratis bagi pelajar.

Keseluruhan isu tersebut memperlihatkan bahwa sektor pertanian Indonesia berada dalam arus perubahan struktural yang signifikan. Tantangan-tantangan ini sekaligus membuka ruang bagi inovasi kebijakan, penguatan data dan kelembagaan, peningkatan kapasitas SDM, serta kolaborasi lintas sektor untuk memastikan ketahanan pangan dan kesejahteraan petani yang berkelanjutan.

4. Isu Publik 2025

Tahun 2025 menandai fase penting dalam perjalanan sektor pertanian Indonesia. Berbagai isu publik yang mencuat sejak awal tahun memperlihatkan bahwa pertanian tetap menjadi tulang punggung ketahanan pangan nasional sekaligus pusat perhatian masyarakat luas.

Dinamika sistem ini tercermin dari beragam persolana dan kebijakan strategis, mulai dari pengaturan distribusi dan kuota pupuk, kebijakan Harga Pembelian Pemerintah (HPP) komoditas gabah dan jagung, dukungan sarana dan prasarana usaha tani. Isu lain yang turut mewarnai ruang publik meliputi fluktuasi harga beras, dampak perubahan iklim, peningkatan kebutuhan konsumsi pangan, serta agenda hilirisasi hasil pertanian.

Di tengah dinamika tersebut, keberpihakan negara terhadap petani dan ketahanan pangan nasional semakin nyata. Hal ini tercermin dalam berbagai kebijakan strategis, instruksi presiden, dan langkah konkret Kementerian Pertanian yang berorientasi pada perlindungan petani, peningkatan produktivitas dan stabilisasi komoditas pertanian nasional.

Salah satu isu besar yang sempat mencuat adalah keresahan petani terhadap pupuk bersubsidi. Kondisi ini sempat menimbulkan kegalauan di kalangan petani karena dikhawatirkan menghambat produktivitas. Namun, keresahan tersebut cepat direspons oleh Bapak Presiden Prabowo setelah kami laporkan dengan perlu diterbitkannya Instruksi Presiden tentang tambahan alokasi pupuk bersubsidi yang disertai penguatan tata kelola distribusi agar lebih tepat sasaran. Kehadiran kebijakan ini menegaskan bahwa negara tidak tinggal diam menghadapi masalah klasik, melainkan pemerintah hadir secara

langsung untuk melindungi kepentingan petani serta menjamin keberlangsungan produksi pangan.

Seiring dengan itu, kami juga mengawal terus penguatan strategi pembangunan pertanian melalui dua jalur utama yakni program prioritas intensifikasi dan ekstensifikasi. Program intensifikasi yang ditempuh dengan meningkatkan produktivitas lahan yang ada melalui penerapan teknologi modern, mekanisasi, penggunaan benih unggul, penguatan irigasi, serta pemanfaatan digitalisasi pertanian. Sementara ekstensifikasi diarahkan pada perluasan areal tanam, pengembangan *food estate*, cetak sawah, serta optimalisasi lahan tidur dan rawa sebagai sumber produksi baru. Kedua strategi ini menjadi jawaban atas kebutuhan pangan nasional yang semakin besar di tengah keterbatasan lahan dan ancaman perubahan iklim.

Selain persoalan teknis, isu publik pertanian juga erat kaitannya dengan tata kelola pangan nasional. Praktik mafia beras, permainan distribusi, serta ketimpangan pasar masih menjadi sorotan publik yang menuntut ketegasan negara. Dukungan Presiden bersama aparat penegak hukum dalam mengawal kebijakan pangan memperlihatkan keseriusan pemerintah untuk menutup ruang spekulasi dan menjaga harga tetap stabil. Langkah ini mendapat sambutan positif dari masyarakat karena memberi kepastian bahwa harga pangan tidak semata-mata ditentukan oleh mekanisme pasar, melainkan dilindungi oleh regulasi yang berpihak kepada rakyat.

Lebih jauh, tantangan global seperti fenomena El Nino, dampak perubahan iklim, dan ketidakpastian geopolitik dunia turut memengaruhi isu pertanian di dalam negeri. Situasi ini membuat kita tidak bisa bergantung pada impor, melainkan harus memperkuat

kemandirian pangan. Oleh karena itu, program intensifikasi dan ekstensifikasi dipandang sebagai strategi jangka panjang untuk memperkuat fondasi swasembada. Dengan produktivitas yang terus meningkat, lahan yang semakin diperluas, serta dukungan regulasi yang kuat, Indonesia menegaskan komitmennya untuk berdiri di atas kaki sendiri dalam memenuhi kebutuhan pangan.

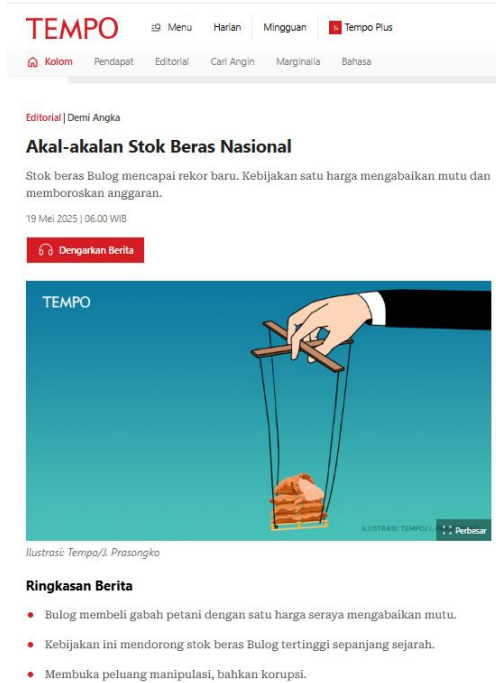
Dengan demikian, isu publik sektor pertanian di tahun 2025 dapat dibaca sebagai cerminan dari perjalanan bangsa dalam mengelola komoditas strategis bidang pertanian. Setiap dinamika yang muncul, baik menyangkut harga beras, pupuk, irigasi, maupun tata kelola pangan, sesungguhnya merupakan refleksi dari harapan masyarakat terhadap peran negara. Di tengah berbagai tantangan, sektor pertanian tetap menjadi jangkar utama yang menopang stabilitas ekonomi dan ketahanan bangsa, sekaligus ruang perjuangan nyata dalam mewujudkan kesejahteraan petani dan swasembada pangan Indonesia.

B. Dinamika Isu, Krisis, dan Dampaknya terhadap Persepsi Program Strategis Kementerian Pertanian

Dalam konteks komunikasi publik, isu yang tidak dikelola dengan baik berpotensi berkembang menjadi krisis yang serius. Hal ini sangat relevan di sektor pertanian, di mana sensitivitas publik terhadap isu seperti kelangkaan pupuk, fluktuasi harga, gagal panen, atau kebijakan impor sangat tinggi. Ketika isu-isu ini muncul ke permukaan tanpa penjelasan yang utuh, cepat, dan kredibel dari otoritas terkait, maka ruang kosong informasi tersebut akan diisi oleh spekulasi, narasi tendensius, dan *framing* negatif, baik di media arus utama maupun media sosial.

Inilah titik awal di mana isu berubah menjadi krisis komunikasi, yang bukan hanya mengganggu persepsi masyarakat terhadap kinerja di pemerintahan, tetapi juga dapat merusak kepercayaan terhadap program-program prioritas dan strategis Kementerian Pertanian.

Dampaknya tidak sederhana. Ketika publik, terutama petani dan pelaku usaha tani, merasa tidak mendapatkan kejelasan atau keadilan informasi, maka rasa percaya terhadap kebijakan pun menurun. Misalnya, saat kebijakan penyerapan gabah yang digulirkan oleh Presiden Prabowo melalui Peraturan Presiden Nomor 06 Tahun 2025, menjadikan Indonesia mencatat peningkatan signifikan dalam produksi padi dan jagung meski menghadapi ketidakpastian iklim global, menjadikan pandangan kritik di publik akibat ketidakutuhan membaca ataupun menganalisa situasi secara penuh oleh sebagian pihak media yang menangkapnya bahwa capaian tersebut adalah akal-akalan pemerintah saja.



Gambar 35. Berita Tempo dengan tajuk “Akal-akalan Stok Beras Nasional” (2025)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Media Tempo misalnya, melalui editorial dengan judul “Akal-akalan Stok Beras Nasional” dengan tautan https://www.tempo.co/kolom/sejarah-baru-stok-beras-nasional-bulog-1481262?utm_source=twitter&utm_medium=audev, memberikan ulasan dengan opini yang menghakimi dan tidak sesuai fakta. Tempo menjelaskan bahwa stok beras Bulog mencapai rekor baru.

Kebijakan satu harga mengabaikan mutu dan memboroskan anggaran; kemudian pernyataan memainkan data cadangan beras untuk terlihat seolah-olah stok melimpah dan Indonesia bersiap mencapai swasembada pangan; pembelian gabah dengan mengesampingkan mutu membuat kualitas beras nasional menurun, akibat penerapan satu harga itu petani yang punya padi dengan kualitas baik terdorong merusaknya dengan menyiram padi dengan air sebanyak mungkin agar beratnya bertambah. Alih-alih mendorong inovasi, kebijakan pemerintah ini mendorong perlombaan manipulasi dan penyelewengan; nafsu swasembada malah menjerumuskan pada pencapaian palsu karena memainkan angka, dan masih banyak lagi poin isu yang dikembangkan dari isu utama serap gabah petani oleh media tersebut.

Jika ditelisik secara faktual, kebijakan satu harga diperuntukan untuk harga gabah bukan harga beras. Ini diluar dari opini yang diberikan media tersebut terhadap kebijakan pemerintah yang mengabaikan mutu dan memboroskan anggaran. Menghapus kebijakan rafaksi bukanlah kegiatan pemborosan anggaran melainkan dilakukan untuk melindungi petani dari kemungkinan anjloknya harga gabah, terutama pada saat panen raya, sementara kualitas beras sudah melalui proses pemeriksaan kualitas secara menyeluruh dan melibatkan *surveyor independent*. Sehingga pernyataan pemborosan anggaran yang diungkapkan oleh Tempo hanya didasari asumsi tidak disertai fakta dan data. Terlebih data tersebut yang disampaikan oleh Presiden RI berdasarkan data yang dihimpun oleh Bulog secara faktual.

Link Instagram:

https://www.instagram.com/reel/DJsaG_cyFRX/?igsh=MWlnNWphNDh4MmZ2eq==



Gambar 36. Berita/artikel Tempo berjudul “Isu Poles-oles Beras Busuk” (2025)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Kemudian tidak hanya itu, isu yang diunggah oleh tempo melalui laman poster dan *motion graphic* promo di platform X dan instagramnya, berisi ilustrasi tumpukan karung beras dengan judul “Poles-oles Beras Busuk”. Promo tersebut tertaut ke artikel berjudul “Resiko Bulog setelah Cetak Rekor Cadangan Beras Sepanjang Sejarah”, dimana dalam narasi tersebut tidak menggambarkan kutipan yang relevan. Adanya opini yang sangat tendensius dan memberikan kesan sangat negatif terhadap upaya pemerintah, Bulog, petani, dan semua

stakeholder pertanian yang tengah berjuang meningkatkan produksi dan cadangan beras, serta mewujudkan swasembada pangan.

Penggunaan diksi ‘Poles-Poles Beras Busuk’ dalam judul poster dan *motion graphic* yang juga dicantumkan sebagai caption di artikel berjudul “Risiko Bulog setelah Cetak Rekor Cadangan Beras Sepanjang Sejarah” tidak sesuai fakta, keterlaluhan, dan melukai jerih payah para petani dan kerja keras semua pihak yang terlibat dalam menjaga dan meningkatkan produksi beras nasional.

Istilah “Beras Busuk” pada poster dan *motion graphic* media sosial Tempo dan caption ilustrasi pada pemberitaan dengan judul “Risiko Bulog Setelah Cetak Rekor Cadangan Beras Sepanjang Sejarah” tidak mencerminkan isi pemberitaan. Dalam badan berita sendiri tidak ada menyebutkan istilah beras busuk, sehingga hal tersebut mencerminkan pemaksaan istilah yang tidak sesuai fakta.

Sebagai media arus utama yang sudah terverifikasi administratif dan faktual di Dewan Pers, Tempo selayaknya konsisten untuk mengusung jurnalisme berkualitas yang fair, faktual, dan dilandasi itikad baik. Penyebarluasan poster dan *motion graphic* yang tidak mencerminkan fakta bukan bagian dari jurnalisme berkualitas yang dimaksud.

Isu yang muncul dari unggahan poster dan *motion graphic* Tempo di media sosial telah memperlihatkan bagaimana kanal digital dapat membentuk opini publik secara instan, meskipun informasi yang disajikan tidak sepenuhnya merefleksikan isi berita. Judul provokatif “Poles-oles Beras Busuk” yang ditampilkan di platform X dan Instagram, meski hanya sebagai promo tautan artikel, berpotensi besar memicu misinterpretasi di masyarakat. Publik yang terpapar konten

visual tersebut, tanpa membuka dan membaca artikel lebih jauh, akan serta-merta menangkap narasi negatif yang tidak sesuai dengan realitas.

Dalam konteks ekosistem digital saat ini, bentuk penyajian konten di media sosial memiliki daya pengaruh yang sangat kuat. Sebuah poster atau *motion graphic* dengan diksi kasar dan provokatif dapat jauh lebih mudah diviralkan dibanding penjelasan faktual dalam isi berita. Sayangnya, Tempo justru membiarkan narasi misleading itu berkembang, tanpa adanya moderasi atau pelurusan di kolom interaksi media sosial. Padahal, sebagaimana diketahui, kolom komentar di platform publik sering kali menjadi ruang subur bagi bias, prasangka, bahkan ujaran yang mendiskreditkan pihak-pihak tertentu.

Situasi ini semakin disayangkan karena Dewan Pers telah mengeluarkan Pernyataan Penilaian dan Rekomendasi (PPR) terkait perkara serupa yang menekankan pentingnya media menjaga akurasi, proporsionalitas, dan iktikad baik dalam setiap produk jurnalistik maupun materi promosi. Namun dalam kasus ini, Tempo tampak tidak menunjukkan langkah korektif. Poster dan *motion graphic* yang dipersoalkan tetap beredar tanpa klarifikasi, bahkan ketika publik mempertanyakan kredibilitasnya di ruang interaksi digital.

Absennya tanggung jawab untuk meluruskan kesalahpahaman publik memperlihatkan adanya celah antara klaim jurnalisisme berkualitas dengan praktik di lapangan. Padahal, sebagai media arus utama yang telah lama berdiri dan diakui Dewan Pers, publik menaruh ekspektasi tinggi terhadap Tempo untuk senantiasa menjaga marwah jurnalisisme. Ketiadaan upaya memoderasi komentar dan klarifikasi pasca-PPR justru menambah kesan bahwa framing tendensius itu disengaja dan dibiarkan berkembang.

Kasus ini tidak hanya soal penggunaan diksi “beras busuk” yang tidak sesuai fakta, isu yang dapat menjadi liar, melainkan juga tentang tanggung jawab etis media di era digital. Ketika promosi di media sosial dapat menimbulkan distorsi persepsi, maka konsistensi dalam mematuhi kaidah jurnalisme faktual, termasuk mengoreksi dan memoderasi ruang publik, menjadi kunci menjaga kepercayaan masyarakat.

Tanpa pengelolaan isu yang baik, keputusan yang sebenarnya rasional dalam perspektif teknokratik akan dianggap sebagai bentuk kegagalan dalam kemandirian pangan, stok terbesar yang dapat dihimpun oleh pemerintah di era kepemimpinan Presiden Prabowo Subianto, terbesar dalam sejarah negara Indonesia. Di sinilah program strategis pemerintah bisa tergelincir menjadi “korban persepsi” akibat lemahnya komunikasi publik.

Dengan demikian, manajemen isu dan komunikasi publik bukan lagi sekadar pelengkap dari pelaksanaan program, tetapi menjadi penyangga utama keberhasilan kebijakan. Keberhasilan program-program strategis Kementerian Pertanian sangat ditentukan oleh cara publik memahaminya, dan pemahaman publik dibentuk oleh narasi yang mereka terima. Jika narasi yang dominan adalah narasi negatif, maka sebesar apapun capaian di lapangan, hasilnya tidak akan mendapat pengakuan. Sebaliknya, dengan strategi komunikasi yang aktif, transparan, dan partisipatif, Kementerian Pertanian dapat mengubah krisis menjadi kesempatan untuk membangun kepercayaan dan memperkuat dukungan terhadap agenda-agenda pembangunan pertanian nasional.

C. Framing Media dan Pentingnya Intervensi Komunikasi dalam Meredam Isu Publik

Dalam periode kedua kepemimpinan kami, sektor pertanian Indonesia kembali menghadapi dinamika kompleks yang menjadi sorotan publik. Di era informasi pertanian yang bergerak sangat cepat dan penuh persaingan naratif, kesalahan atau ketidaksinkronan penyampaian oleh media dapat menjadi sumber bias persepsi publik yang serius. Hal ini terlihat jelas dalam kasus yang terjadi pada isu peternak sapi perah di Boyolali yang membuang hasil susu mereka akibat konflik dengan industri pengolahan.

Isu ini dengan cepat menyebar dan memancing perhatian publik, terutama karena melibatkan komoditas pangan hewani yang sensitif dan menyangkut kesejahteraan pelaku utama sektor peternakan. Kami merespons secara sigap dengan mengeluarkan rilis resmi yang menjelaskan duduk perkara secara komprehensif, serta langkah konkret kami yang turun langsung permasalahan tersebut dengan memediasi pihak yang berkepentingan, mulai dari peternakan rakyat sampai dengan pengusaha hilirisasi peternakan susu.



Berita Negatif



Rilis

Gambar 37. Berita/artikel Tempo terkait isu peternak sapi perah di Boyolali (2024)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Namun, dalam proses penyampaian ulang oleh media, muncul dualisme *framing* yang menunjukkan bagaimana narasi dapat bergerak ke arah yang berbeda-beda, tergantung sudut pandang dan motif media masing-masing. Di satu sisi, ada media yang menyampaikan secara linier dengan substansi rilis Kementerian Pertanian, mengangkat keberhasilan diplomasi lapangan kami dengan tajuk seperti "Mentan Amran Sukses Mediasi Peternak Sapi Perah dan Industri Pengolahan Susu". Namun di sisi lain, muncul pula media yang memilih *angle* lebih konfrontatif dan emosional, misalnya dengan judul "Mentan Marah Besar, Ancam Beri Hukuman ke Perusahaan Susu Nakal." Kedua narasi ini menyampaikan isu yang sama, tetapi membentuk persepsi publik yang berbeda secara signifikan.

Dalam situasi seperti inilah peran strategis kami melalui Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Publik menjadi sangat krusial. Biro komunikasi tidak cukup hanya memproduksi rilis, tetapi juga harus aktif mengawal dan menjembatani narasi media agar selaras dengan tujuan komunikasi kelembagaan. Pendekatan terhadap redaksi media, penguatan hubungan dengan jurnalis utama, serta kemampuan membaca kecenderungan editorial menjadi kunci agar pesan institusi tidak ditarik ke arah *framing* yang merugikan. Tanpa pendekatan ini, isu publik akan mudah liar, berkelindan dengan emosi, dan mengaburkan fakta serta keberhasilan yang sebenarnya telah dicapai di lapangan.

Kasus ini menunjukkan bahwa pengelolaan isu tidak berhenti diproduksi informasi, melainkan berlanjut hingga bagaimana informasi itu diterima, ditafsirkan, dan dikapitalisasi oleh media dan publik. Bila narasi tidak dikendalikan secara aktif, maka keberhasilan kerja kementerian pun bisa tertutupi oleh sensasi, padahal yang dibutuhkan dalam membangun kepercayaan publik terhadap sektor pertanian adalah konsistensi narasi yang edukatif, faktual, dan membangun optimisme.

D. Menerjemahkan Strategi Komunikasi dalam Menghadapi Dahsyatnya Isu Publik Pertanian Indonesia

Isu publik di sektor pertanian bukanlah sekadar riak komunikasi biasa. Ia adalah gelombang kuat yang dapat mengguncang persepsi publik, memengaruhi legitimasi kebijakan, bahkan menentukan keberhasilan atau kegagalan program strategis pemerintah. Dalam konteks Indonesia sebagai negara agraris dengan populasi petani yang besar, sektor pertanian memegang peran vital, tidak hanya sebagai penyangga

ekonomi dan ketahanan pangan, tetapi juga sebagai simbol identitas dan harga diri nasional. Terbukti pertanian merupakan sektor yang bertumbuh positif dan menyokong total PDB. Sektor pertanian diklaim tumbuh *double* digit dan berkontribusi pada PDB negara karena didukung oleh panen raya dan produksi tanaman padi dan jagung yang meningkat. Adapun kontribusi lapangan usaha pertanian terhadap total PDB mencapai 10,52% setiap tahun.

Karena itu, setiap kebijakan, program, bahkan masalah teknis di sektor ini sangat mudah menjadi konsumsi publik dan berkembang menjadi opini yang luas. Di titik inilah, Biro Komunikasi dan Layanan Informasi yang kami miliki di Kementerian Pertanian memegang peran strategis dalam merancang dan menjalankan strategi komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga antisipatif, edukatif, dan persuasif.

1. Manajemen Krisis Komunikasi: Respons Cepat, Kendali Narasi

Dalam menghadapi isu-isu krusial, seperti kelangkaan pupuk subsidi, anjloknya harga gabah, hingga impor pangan, Kementerian Pertanian melalui Biro Komunikasi dan Layanan Informasi menerapkan prinsip manajemen krisis komunikasi yang proaktif. Strategi ini mencakup deteksi isu sejak dini, pembentukan tim respons cepat, penyusunan narasi berbasis data, dan kehadiran pejabat kunci secara langsung di ruang publik. Kami menyadari bahwa keterlambatan dalam memberikan klarifikasi dapat menciptakan ruang kosong yang mudah diisi oleh spekulasi dan *framing* negatif media. Oleh karena itu, setiap krisis selalu direspon melalui rilis resmi, konferensi pers, dan kanal komunikasi digital, seperti media sosial yang dikelola secara profesional.

Contoh konkret dapat dilihat pada kasus peternak sapi perah Boyolali yang membuang susu karena konflik pemasaran. Kami tidak hanya hadir secara fisik sebagai Menteri Pertanian, tetapi juga secara naratif melalui rilis resmi yang menjelaskan duduk perkara dan solusi yang dilakukan. Bahkan ketika media menyampaikan dengan beragam sudut pandang dari "Mentan sukses mediasi" hingga "Mentan marah besar", kami tetap konsisten menjaga substansi komunikasi agar publik tidak terombang-ambing oleh *framing* yang berlebihan.

2. Meramu Strategi Rumah Pesan: Menyatukan Visi, Menjaga Koherensi

Salah satu pilar penting dalam strategi komunikasi kami di Kementerian Pertanian adalah penerapan "Rumah Pesan", yaitu kerangka komunikasi yang menyatukan berbagai elemen narasi dalam satu payung besar yang konsisten. Rumah Pesan Kementerian Pertanian dirancang untuk memperkuat citra pertanian sebagai sektor strategis, produktif, dan mandiri. Pesan-pesan utama seperti "produktivitas naik, petani sejahtera," "harga gabah tinggi, petani senyum bahagia," ataupun "serap gabah petani" disampaikan secara berulang, seragam, dan konsisten oleh seluruh pejabat dan kanal komunikasi resmi Kementerian Pertanian.

Strategi rumah pesan ini penting untuk mencegah fragmentasi narasi antara pusat dan daerah, atau antara teknokrat dan juru bicara publik. Setiap program prioritas, seperti optimasi lahan, serap gabah, mekanisasi pertanian, pupuk subsidi digital, pompanisasi, Luas Tambah Tanam, diramu agar terhubung dengan narasi besar, "peningkatan produksi, wujudkan swasembada pangan Indonesia". Ini menciptakan

daya kohesi pesan dan mengurangi kebingungan publik atas maksud dan arah kebijakan pemerintah.



Gambar 38. Rumah Pesan Kementerian Pertanian 2025
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

3. Gerak Cepat Wujudkan Swasembada Pangan Berbasis Kesejahteraan Petani

Tahun 2025 menjadi momentum penting bagi sektor pertanian Indonesia dalam merealisasikan cita-cita besar swasembada pangan yang berpihak pada kesejahteraan petani. Kami hadir dengan semangat baru dan gerak cepat yang menyeluruh melalui Rumah Pesan yang menjadi rujukan utama dalam komunikasi program dan kebijakan. Rumah Pesan ini dirancang sebagai fondasi komunikasi publik yang kuat, merangkum arah, langkah, serta nilai-nilai utama yang mendorong seluruh elemen Kementerian Pertanian untuk bekerja secara progresif, kolaboratif, dan solutif.

Rumah Pesan Kementerian Pertanian 2025 berakar pada semangat membangun pertanian modern dan tangguh yang tidak hanya mengejar produksi semata, tetapi juga menjamin kesejahteraan petani dan keberlanjutan ekosistem pertanian nasional. Visi besar ini dituangkan dalam empat pilar utama yang menjadi penggerak seluruh strategi dan aksi lapangan Kementerian Pertanian.

PILAR #1: SDM Pertanian Bekerja 24/7 Wujudkan Swasembada Pangan
Kami di Kementerian Pertanian menegaskan bahwa keberhasilan swasembada pangan tidak mungkin terwujud tanpa SDM pertanian yang andal, militan, dan bekerja tanpa kenal waktu. Pilar ini mencerminkan semangat kerja 24 jam sehari, 7 hari seminggu oleh para insan pertanian. Mulai dari kami sendiri sebagai Menteri, pejabat teknis, hingga penyuluh dan petugas lapangan yang siap turun ke sawah, ladang, dan kandang, memastikan program berjalan tepat sasaran. Gerak cepat, ketangguhan, dan responsivitas menjadi nilai utama SDM pertanian dalam menjawab tantangan pangan nasional.

PILAR #2: Optimalisasi Teknologi dan Inovasi untuk Tingkatkan Produksi
Mewujudkan swasembada pangan bukan hanya soal kerja keras, tetapi juga kerja cerdas. Pilar kedua ini menekankan pentingnya penerapan teknologi dan inovasi terkini, mulai dari benih unggul, sistem irigasi modern, alat dan mesin pertanian, hingga digitalisasi pertanian. Kami terus mendorong adopsi teknologi di tingkat petani agar produktivitas meningkat signifikan. Kolaborasi dengan lembaga riset, kampus, dan pelaku industri menjadi kunci untuk mempercepat diseminasi inovasi ke seluruh pelosok negeri.

PILAR #3: Keberpihakan kepada Petani dan Peternak

Swasembada pangan harus berdiri di atas pondasi keberpihakan nyata terhadap petani dan peternak. Pilar ini menjadi penegasan bahwa setiap kebijakan dan program Kementerian Pertanian harus menjawab kebutuhan riil di lapangan. Mulai dari akses pupuk bersubsidi, permodalan, jaminan pasar, hingga perlindungan dari gejolak harga. Semua diarahkan untuk memperkuat posisi petani sebagai pelaku utama dalam rantai pangan. Kesejahteraan petani bukanlah hasil samping, melainkan tujuan utama dari seluruh proses pembangunan pertanian.

PILAR #4: Pengawasan dan Pengawasan Program Swasembada Pangan

Agar cita-cita besar tidak sekadar menjadi slogan, Kami-memastikan adanya pengawasan dan pengawasan yang ketat terhadap pelaksanaan program swasembada pangan. Pilar keempat ini berbicara tentang akuntabilitas dan integritas, di mana setiap rupiah anggaran, setiap unit bantuan, dan setiap capaian produksi harus dapat diverifikasi dan diaudit. Kementerian Pertanian mengedepankan prinsip transparansi, keterlibatan publik, serta pemanfaatan teknologi monitoring untuk memastikan setiap program menyentuh sasaran dan tidak disalahgunakan.

Dengan empat pilar utama ini, Rumah Pesan Kementerian Pertanian 2025 menjadi pedoman kolektif bagi seluruh jajaran internal di bawah kepemimpinan kami, mitra kerja, dan publik dalam memahami arah gerak pembangunan pertanian. Swasembada pangan bukan hanya target produksi, tetapi juga refleksi atas keberhasilan membangun sistem pangan yang adil, mandiri, dan berkelanjutan. Melalui kerja bersama, gerak cepat, dan semangat keberpihakan, kami optimis dapat

mewujudkan pertanian yang berdaya saing global namun tetap menyejahterakan petani di negeri sendiri.

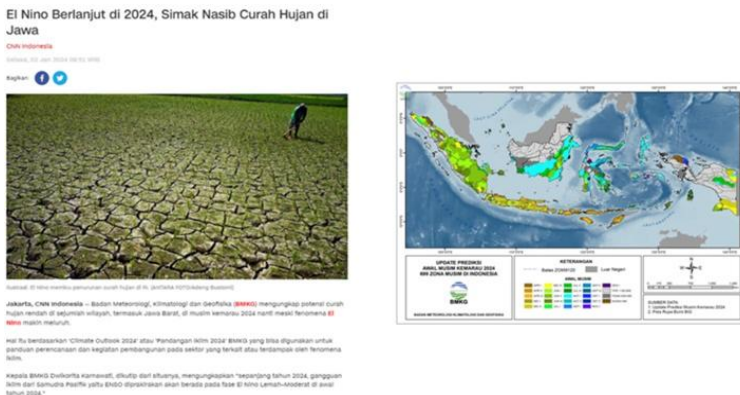
4. Meramu Agenda Setting dan Narasi Turunan: Mengelola Waktu dan Persepsi

Selain menyiapkan pesan utama, Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Komunikasi dan Layanan Informasi juga mempraktikkan strategi agenda *setting* secara aktif. Tidak semua isu bisa dimatikan, tetapi dapat diarahkan. Misalnya, ketika muncul kritik soal impor, Kementerian Pertanian tidak langsung defensif, melainkan menggeser narasi ke arah “pentingnya menjaga cadangan nasional untuk stabilitas harga dan menghadapi perubahan iklim.” Dengan kata lain, krisis tidak dilawan dengan menyangkal, tetapi dengan membingkai ulang konteks. Impor yang pernah ada, disampaikan dengan data faktual, yang disebabkan hasil dari kesepakatan tahun sebelumnya.

Narasi turunan juga digunakan secara tematik sesuai kalender program, seperti mengaitkan panen raya dengan serap gabah petani, atau menyoroti penanganan penyakit mulut dan kuku yang telah berhasil dilakukan oleh Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Hal ini bukan hanya strategi penjadwalan konten, tetapi juga taktik untuk menyisipkan prestasi Kementerian Pertanian ke dalam momen yang sudah memiliki perhatian publik. Di era media sosial, momentum sangat menentukan viralitas. Karena itu, narasi yang dikaitkan dengan waktu dan emosi memiliki daya sebar yang lebih tinggi.

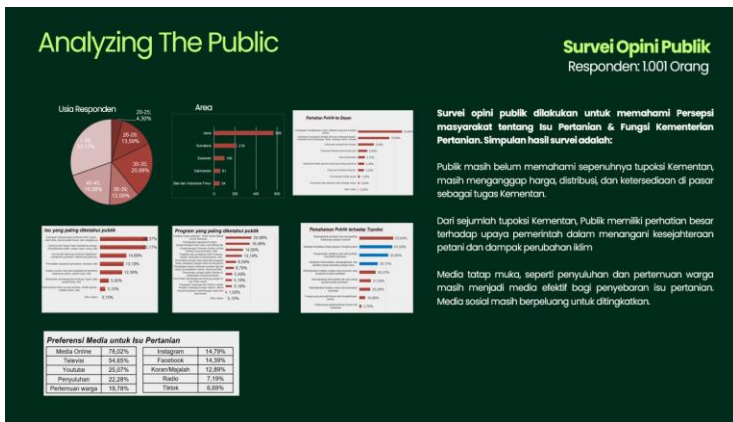
5. Komunikasi Publik Gerak Cepat Atasi Kekeringan

Perubahan iklim yang semakin ekstrem, khususnya fenomena El Nino yang berlangsung pada 2023 hingga 2024, telah memberikan dampak signifikan terhadap sektor pertanian nasional. Produksi padi mengalami penurunan hingga 1,41% dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun Indonesia masih mencatatkan surplus beras. Namun, untuk menjamin cadangan beras pemerintah tetap aman, langkah impor sebanyak 3 juta ton beras pada tahun 2024 pun diambil. Situasi ini tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga menjadi fenomena global. Kekeringan hebat melanda berbagai wilayah dunia, termasuk Brasil, Afrika, hingga Asia, menyebabkan ancaman krisis pangan secara luas. Merespons peringatan BMKG mengenai musim kemarau yang berkepanjangan, kami di Kementerian Pertanian mengambil langkah sigap dengan merumuskan strategi komunikasi dan aksi lapangan yang terarah dan inklusif.



Gambar 39. Berita El Nino di website CNN Indonesia (2024)
Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Kekuatan utama kami terletak pada komitmen dan dukungan penuh Presiden terhadap program ketahanan pangan nasional. Namun, kelemahan serius muncul akibat dampak kasus korupsi sebelumnya yang menurunkan legitimasi institusi. Peluang terbuka lebar melalui dukungan Presiden terpilih yang memiliki visi sejalan dengan Kementerian Pertanian, termasuk solidaritas kelompok pendukung dalam isu pangan. Ancaman datang dari dinamika politik, di mana isu pangan mudah dipolitisasi oleh pihak oposisi.



Gambar 40. Survei Opini Publik (2024)
 Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Komitmen Presiden terhadap tambahan anggaran menunjukkan dukungan politik yang kuat, tetapi tren penurunan anggaran pertanian menjadi tantangan dari sisi ekonomi. Dari sisi sosial, persepsi publik mendukung swasembada namun masih terbagi dalam respons terhadap impor pangan. Di sisi teknologi, tantangan muncul dari rendahnya

adopsi teknologi oleh petani dan rusaknya infrastruktur irigasi, sehingga diperlukan inovasi yang cepat dan mudah diterapkan.

Analyzing the situation (SWOT x PEST)

	S Strengths	W Weaknesses	O Opportunities	T Threats
P Political	Komitmen penuh Presiden dan Menteri Pertanian untuk terus memberdayakan kapasitas lokal dalam memenuhi kebutuhan pangan nasional	Legitimasi Kementerian telah setelah kasus korupsi	Kedekatan visi antara Menteri Pertanian dengan Presiden Terpilih. Dukungan Presiden Terpilih dan kelompok pendukungnya terhadap ketahanan pangan	Ketiakutan pangan bisa sangat kritis dan memerlukan kontrol dari oposisi
E Economic	Komitmen presiden untuk memberikan anggaran tambahan mengantisipasi krisis pangan, termasuk peningkatan anggaran subsidi pupuk	Anggaran pertanian terus menurun. Tahun 2025 akan menjadi Rp 7,8 T, subsidi berih unggul berkurang	Sektor pertanian kerap menjadi korban dari perubahan ekonomi ketika krisis	Krisis iklim akan berdampak kepada kesejahteraan dan pendapatan petani
S Sociological	Jajaran Kementerian bergerak sesuai komando Menteri Pertanian	petani belum siap menghadapi krisis iklim, masih menggunakan perspektif pertanian tradisional	Standpoint publik mendukung swasembada cara anti impor, negara-negara di dunia melakukan restriksi ekspor	7-16 persen penduduk Indonesia rentan kelaparan, adanya kelompok elite pro impor
T Technology	Inovasi penanaman arbei taniam (PAT), paniponikasi, budidaya padi gogo, optimasi lahan	petani kecil masih sulit mengadopsi teknologi baru, saluran irigasi 75% perlu diperbaiki	Pendampingan penyuluh untuk adopsi inovasi	Krisis iklim menjadi semakin sulit diprediksi sehingga dibutuhkan inovasi yang bisa secara cepat diaplikasikan

Gambar 41. Analisis PEST (2024)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Kami memetakan para pemangku kepentingan berdasarkan kekuatan pengaruh dan tingkat kepentingannya. Di posisi strategis terdapat Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika, Kementerian Keuangan, Dewan Perwakilan Rakyat, dan Badan Pusat Statistik. Sedangkan di akar rumput, petani, penyuluh, serta pemerintah daerah menjadi akselerator pelaksanaan kebijakan. Kolaborasi lintas lembaga dan kelompok masyarakat sipil menjadi kunci keberhasilan menghadapi ancaman kekeringan.

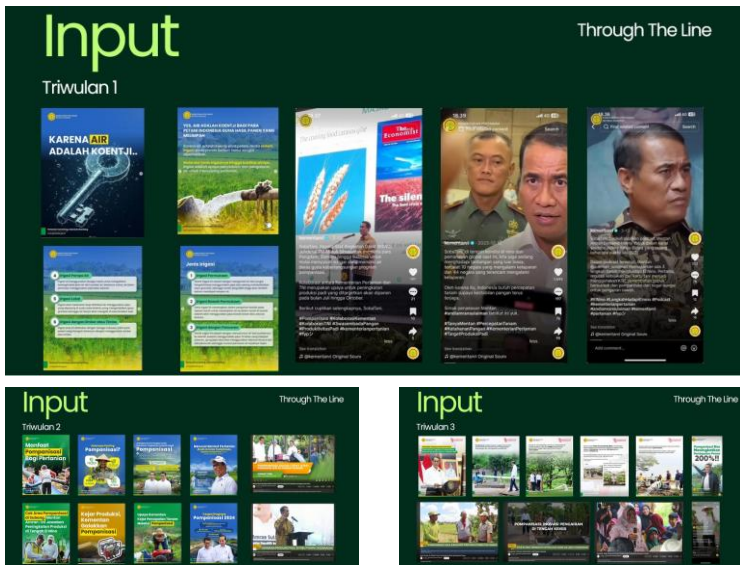


Gambar 42. Target khalayak (2024)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Kampanye "Gerak Cepat Atasi Kekeringan" bertujuan meningkatkan kesadaran, membangun sikap positif, dan menggerakkan tindakan publik terhadap langkah-langkah Kementerian Pertanian dalam menghadapi kekeringan. Sasaran kampanye terbagi menjadi empat kelompok: pengambil kebijakan (*high-level group*), pelaksana lapangan (*action group*), petani tradisional (*late majority adopters*), dan masyarakat umum. Masing-masing dipetakan berdasarkan tingkat pengetahuan, sikap, serta kecenderungan adopsi inovasi.

Strategi komunikasi dilakukan melalui tiga tahapan: peningkatan pengetahuan (triwulan I), kampanye aksi dan testimoni (triwulan II), serta penonjolan keberhasilan (triwulan III). Narasi utama ditekankan pada tiga intervensi utama, yakni pompanisasi sebagai solusi cepat, budidaya padi gogo untuk kondisi lahan kering, dan optimasi lahan rawa sebagai upaya jangka menengah menghadapi krisis pangan global. Penyesuaian pesan dilakukan berdasarkan karakteristik geografis, demografis, dan psikografis target sasaran.



Gambar 43. Input triwulan (2024)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Kami telah menginisiasi serangkaian aksi nyata sepanjang 2024, termasuk penyuluhan, penyaluran bantuan alsintan, dan kerja sama lintas sektor dengan Badan Riset dan Inovasi Nasional, Tentara Nasional Indonesia-Angkatan Darat, dan Kementerian Dalam Negeri, Pameran-pameran seperti Inagritech, Temu Bisnis, serta Forum Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat menjadi ajang sosialisasi sekaligus penguatan legitimasi publik. *Chief Editorial Meeting* yang melibatkan 25 pimpinan

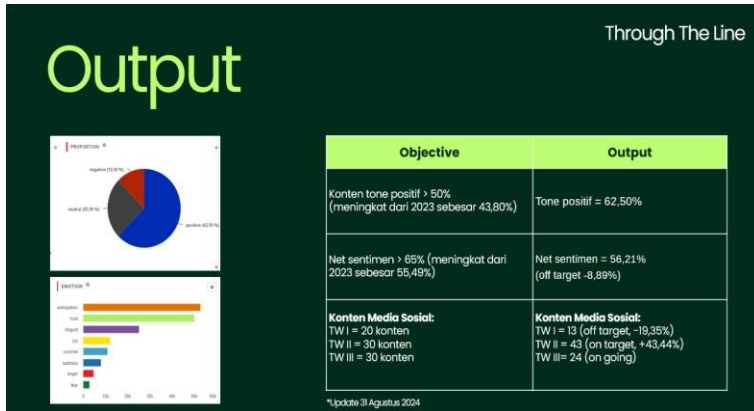
redaksi nasional memperkuat dukungan media terhadap narasi keberhasilan Kementerian Pertanian.



Gambar 44. Kegiatan *Chief Editor Meeting* (2024)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Sepanjang Januari hingga Agustus 2024, Biro Humas dan Informasi Publik, yang bertransformasi menjadi Biro Komunikasi dan Layanan Informasi, telah menerbitkan 114 siaran pers yang menyoroti program pompanisasi dan budidaya padi gogo. Evaluasi dilakukan melalui pantauan pemberitaan, aktivitas media sosial, dan respon peserta dalam berbagai forum. Hasilnya menunjukkan peningkatan eksposur media serta tumbuhnya opini positif terhadap program Kementerian Pertanian.



Gambar 45. *Output exposure* (2024)

Sumber: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian

Evaluasi *outcome* menunjukkan perubahan yang berarti dalam opini dan sikap publik terhadap Kementerian Pertanian. Kepercayaan mulai pulih, partisipasi masyarakat meningkat, dan adopsi inovasi mulai terlihat di lapangan. Keberhasilan kampanye ini menunjukkan bahwa komunikasi publik yang strategis dapat menjadi pendorong utama perubahan positif di tengah situasi krisis.

Melalui program komunikasi publik “Gerak Cepat Atasi Kekeringan”, Kementerian Pertanian menunjukkan kapasitas adaptif dan responsif dalam menghadapi tantangan besar akibat krisis iklim. Dengan strategi komunikasi yang terarah, sinergi lintas pemangku kepentingan, serta pendekatan yang humanis dan faktual, kampanye ini tidak hanya menjawab tantangan kekinian, tetapi juga memperkuat fondasi reputasi kelembagaan untuk masa depan yang lebih tangguh.

6. Kolaborasi Kehumasan di Lingkungan Kementerian Pertanian: Orkestra Komunikasi yang Solid

Keberhasilan strategi komunikasi publik di Kementerian Pertanian tidak bisa hanya mengandalkan pusat (Biro Komunikasi dan Layanan Informasi) semata. Dalam praktiknya, kolaborasi sangat krusial, baik antarunit di Sekretariat Jenderal maupun dengan pelaksana kehumasan di direktorat teknis. Biro Komunikasi dan Layanan Informasi berperan sebagai konduktor yang mengorkestrasi nada komunikasi dari berbagai satuan kerja agar harmonis, tidak saling menegasikan, dan saling memperkuat. Koordinasi ini dilakukan melalui forum komunikasi humas, pendampingan teknis publikasi, serta pelatihan peningkatan kapasitas SDM komunikasi di daerah.

Dengan pendekatan ini, narasi Kementerian Pertanian tidak hanya diinisiasi dari Jakarta, tetapi juga dibangun dari lapangan. Pelaksana kehumasan di direktorat jenderal teknis menjadi perpanjangan tangan komunikasi yang memahami konteks lokal, mengangkat kisah sukses petani dan penyuluh, serta membangun konten yang relevan dengan audiens masing-masing. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem komunikasi yang kuat, adaptif, dan responsif terhadap dinamika isu di lapangan.

E. Masa Depan Sentimen Publik dalam Pertanian

Di masa mendatang, pengelolaan sentimen publik di sektor pertanian tidak lagi cukup dilakukan secara manual atau sekadar mengandalkan intuisi komunikasi. Perkembangan ekosistem digital telah melahirkan ruang diskusi publik yang dinamis, tersebar, dan berlangsung secara *real-time*. Percakapan mengenai isu pertanian kini tidak hanya terjadi di

ruang redaksi atau forum kebijakan, melainkan meledak di media sosial, grup percakapan, kanal streaming, hingga komentar-komentar berita *online*. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap sentimen publik, yakni emosi kolektif, persepsi, dan opini masyarakat terhadap suatu kebijakan atau peristiwa pertanian menjadi hal yang sangat strategis dan menentukan dalam desain komunikasi kebijakan.

Tren teknologi komunikasi ke depan akan semakin ditopang oleh analitik digital dan teknologi pemetaan sentimen. *Tools* seperti sentiment analysis berbasis *Natural Language Processing* (NLP), *social listening tools*, hingga *dashboard* media *intelligence* akan menjadi piranti wajib bagi kementerian dan lembaga publik. Dalam dunia pertanian yang sarat isu emosional seperti harga pangan, pupuk, impor, atau gagal panen, keberadaan alat analisis ini dapat memberikan indikator dini terhadap potensi krisis dan memungkinkan intervensi komunikasi lebih cepat. Dengan algoritma yang mampu membedakan opini positif, netral, atau negatif dalam ribuan percakapan publik, Kementerian Pertanian bisa mengantisipasi arah opini masyarakat sebelum isu membesar.

Lebih jauh lagi, pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dan Big Data dalam *monitoring* opini publik akan menjadi *game changer* dalam tata kelola komunikasi pertanian. AI dapat memproses jutaan data percakapan dari berbagai kanal, mengekstraksi kata kunci dominan, mengelompokkan isu berdasarkan lokasi atau demografi pengguna, hingga memungkinkan Kementerian Pertanian tidak hanya mengetahui "apa yang sedang dibicarakan", tetapi juga "oleh siapa, di mana, dan dalam konteks apa". Kemampuan ini sangat penting dalam konteks

Indonesia yang sangat beragam secara geografis, budaya, dan akses informasi.

Implikasi dari perkembangan ini sangat besar bagi visi Kementerian Pertanian yang ingin semakin responsif, adaptif, dan presisi dalam menghadapi isu publik. Dengan alat-alat digital yang tersedia, pendekatan komunikasi tidak lagi bersifat reaktif, tetapi proaktif dan berbasis data. Misalnya, ketika muncul tren penurunan sentimen publik terhadap ketersediaan pupuk di suatu wilayah, sistem bisa langsung memberi peringatan ke pusat komando komunikasi Kementerian Pertanian, sehingga rilis klarifikasi atau tindakan lapangan bisa segera dilakukan sebelum opini negatif meluas. Strategi komunikasi pun akan bergerak dari sekadar “membantah isu” menjadi “mengelola persepsi berbasis bukti”.

Selain itu, masa depan sentimen publik yang dikendalikan secara cerdas juga akan memungkinkan segmentasi narasi yang lebih tepat sasaran. Dengan analisis berbasis data, Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Pertanian dapat merancang pesan yang spesifik untuk kelompok petani muda, petani tradisional, akademisi, jurnalis, atau komunitas netizen digital. Ini membuat komunikasi tidak lagi bersifat seragam dan monoton, melainkan adaptif dan personal. Program strategis, seperti *food estate*, *digital farming*, atau regenerasi petani muda pun dapat dikomunikasikan dengan pendekatan yang sesuai karakter publiknya masing-masing.

Penguasaan atas sentimen publik melalui teknologi digital akan menjadi aset strategis bagi Kementerian Pertanian di masa depan. Di tengah derasnya isu dan opini yang terus bergulir, kemampuan untuk memahami dan mengelola emosi kolektif masyarakat secara *real-time*

akan menjadi salah satu penentu keberhasilan komunikasi publik. Dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal, bukan tidak mungkin Kementerian Pertanian akan menjadi pionir dalam tata kelola komunikasi pertanian yang canggih, berbasis data, dan terpercaya, sekaligus memperkuat posisi sektor pertanian sebagai fondasi kedaulatan bangsa.

BAB 9

MEMBANGUN DUKUNGAN, MENYEMAI KEPERCAYAAN

Kementerian Pertanian telah membangun fondasi komunikasi publik yang kuat dan adaptif berbasis transparansi, dan semangat kolaborasi. Kerja nyata dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik, menjalin kemitraan strategis dengan media, serta menumbuhkan partisipasi publik melalui *platform* digital dan interaksi langsung adalah keniscayaan. Namun, kerja komunikasi publik tidak pernah benar-benar usai. Ia adalah proses berkelanjutan yang tumbuh bersama dinamika zaman dan kebutuhan masyarakat.

Komunikasi publik di tubuh Kementerian Pertanian bukan sekadar urusan menyampaikan informasi. Ia merupakan jembatan antara kebijakan dan kehidupan rakyat. Di sanalah kepercayaan dibangun, partisipasi dibangun, dan dikuatkan dengan dukungan publik, kemudian diikat dengan program-program pro-rakyat. Dalam konteks pertanian, kepercayaan masyarakat adalah fondasi strategis menuju kedaulatan dan swasembada pangan yang berkelanjutan.

Kementerian Pertanian telah menunjukkan bahwa dengan strategi komunikasi yang tepat, transparan, dan menyentuh sisi manusiawi masyarakat, institusi publik dapat menjadi lebih dekat, didengar, bahkan dicintai. Inilah wajah baru birokrasi, yakni komunikatif, adaptif, dan humanis.

Melalui Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik, peran aktif PPID, serta inovasi kanal-kanal komunikasi dari media sosial hingga

talkshow interaktif seperti *Tani-on-Stage*, Kementerian Pertanian berupaya menghapus sekat antara pemerintah dan rakyat. Pelibatan masyarakat bukan lagi pilihan, melainkan keharusan dalam membangun ekosistem pertanian yang tangguh dan inklusif.

Komitmen kami sebagai Menteri Pertanian hadir langsung sebagai komunikator utama, telah memperkuat efektivitas pesan-pesan strategis. Pendekatan komunikatif, hangat, dan terbuka menjadikan media sebagai mitra, bukan sekadar corong informasi. Media pun bukan hanya penyambung lidah kebijakan, tetapi turut menjadi penjaga narasi kebangsaan di sektor pangan.

Namun, ke depan, tantangan akan semakin kompleks. Disrupsi teknologi, krisis iklim, dinamika politik global, hingga perubahan gaya komunikasi publik menuntut pendekatan yang lebih partisipatif, kreatif, dan berbasis data. Untuk itu, komunikasi publik Kementerian Pertanian harus terus bertumbuh dalam tiga dimensi:

1. Transformasi Digital yang Bermakna

Pemanfaatan media sosial harus lebih dari sekadar publikasi visual. Ia harus menjadi ruang dialog yang menyuburkan partisipasi, memperkuat literasi pangan, dan menjadi kanal advokasi bagi suara-suara dari desa hingga kota. *Storytelling* berbasis kisah nyata petani, infografis berbasis data hingga interaksi responsif harus menjadi DNA baru komunikasi digital Kementerian Pertanian.

2. Kolaborasi Multipihak

Komunikasi publik yang kuat tidak mungkin dibangun sendiri. Diperlukan dukungan dari media, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan komunitas-komunitas lokal. Pendekatan kolaboratif ini akan

memperluas jangkauan pesan, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperkuat jejaring kerja komunikasi pembangunan.

3. Kultur Keterbukaan dan Inklusivitas

Di era keterbukaan informasi, kepercayaan publik dibangun dari keberanian untuk jujur, merespons cepat, dan memberi ruang pada partisipasi warga. Oleh sebab itu, budaya keterbukaan di lingkungan internal kementerian harus terus dipupuk dari pimpinan hingga petugas PPID di tingkat UPT. Semua harus menjadi agen komunikasi yang inklusif dan akuntabel.

Pada akhirnya, komunikasi publik bukan hanya tentang apa yang kita sampaikan, tetapi juga tentang bagaimana publik merasakannya. Masyarakat tidak hanya ingin tahu, tetapi juga ingin merasa didengar dan dilibatkan. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang menyentuh pikiran dan menyentuh hati.

Dengan semangat itu, mari kita terus bangun dukungan dan semai kepercayaan. Karena hanya dengan kepercayaan yang kuat, pertanian kita akan tumbuh bukan hanya menjadi sektor strategis, tetapi juga menjadi gerakan bersama menuju Indonesia yang berdaulat, adil, dan sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Rujukan

- Åström, F. (2013). How implementation of bibliometric practice affects the role of academic libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(4), 316–322. <https://doi.org/10.1177/0961000612456867>
- BPS. (2024). *Produksi padi dan jagung nasional 2019–2023*. <https://www.bps.go.id>
- Edelman Trust Barometer. (2023). *Global report*. <https://www.edelman.com>
- Freire, P. (2006). *Pedagogi kaum tertindas* (Terj. Tim Redaksi). Jakarta: LP3ES. (Karya asli diterbitkan 1970 sebagai *Pedagogy of the Oppressed*).
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Howard, C. M., & Mathews, W. K. (2013). *On deadline: Managing media relations*. Long Grove: Waveland Press, Inc.
- Jefkins, F. (1998). *Public relations* (5th ed., Rev. by D. Yadin). London: Financial Times Pitman.
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2009). *Jurnalistik: Teori dan praktik* (Cet. ke-4). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Shafawi, S., & Hassan, B. (2018). User engagement with social media, implication on the library usage: A case of selected public and academic libraries in Malaysia. *Library Philosophy and Practice*, 2018.

Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Bantam Books.

B. Sumber Bacaan

Antara. (2024). *Mentan ajak semua pihak awasi distribusi pupuk subsidi*. <https://www.antaraneews.com/berita/4092732/mentan-ajak-semua-pihak-awasi-distribusi-pupuk-subsidi>

CNBC Indonesia. (2025). *Lihat kulit Mentan Amran–Wamentan hitam, Prabowo tegas bilang begini*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250505181204-4-631132/lihat-kulit-mentan-amran-wamentan-hitam-prabowo-tegas-bilang-begini>

Jalurinfosulbar.id. (2025). *Mentan Amran: Kami kehilangan sosok inspiratif, tokoh pers yang berkontribusi besar bagi dunia jurnalistik dan masyarakat Indonesia*. <https://www.jalurinfosulbar.id/regional/97914375402/mentan-amran-kami-kehilangan-sosok-inspiratif-tokoh-pers-yang-berkontribusi-besar-bagi-dunia-jurnalistik-dan-masyarakat-indonesia>

Kompas. (2025). *Konflik dan iklim ekstrem*. <https://money.kompas.com/read/2025/05/16/191244026/295-juta-orang-di-dunia-kini-terancam-kelaparan-dipicu-konflik-dan-iklim>

Majalah Hortus. (2025). *Pertama dalam sejarah penyaluran pupuk bersubsidi tepat waktu*. <https://news.majalahhortus.com/pertama-dalam-sejarah-penyalaran-pupuk-bersubsidi-tepat-waktu>

- Media Indonesia. (2024). *Mentan jelajahi 3 provinsi dalam 1 hari demi swasembada pangan*. <https://mediaindonesia.com/nusantara/720033/mentan-jelajahi-3-provinsi-dalam-1-hari-demi-swasembada-pangan>
- Merdeka.com. (2025). *Setiap kali dicari Prabowo, menteri ini selalu berada di sawah*. <https://www.merdeka.com/peristiwa/setiap-kali-dicari-prabowo-menteri-ini-selalu-berada-di-sawah-370264-mvk.html>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2025 tentang *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2025–2029*.
- Pernyataan Presiden Prabowo Subianto. (2022). *Forum Digital Government*.
- Radarsuara.com. (2025). *Sering turun ke sawah, Mentan Amran dipuji Wapres Gibran hingga Presiden Prabowo*. <https://radarsuara.com/berita/1748084983/sering-turun-ke-sawah-mentan-amran-dipuji-wapres-gibran-hingga-presiden-prabowo>
- Tirto.id. (2023). *Visi misi Prabowo-Gibran Asta Cita dan link PDF lengkap*. <https://mmc.tirto.id/documents/2023/10/26/1276-visi-misi-indonesia-maju-2024-final.pdf>
- Viva News. (2025). *3 perusahaan Minyakita terungkap curang sunat volume, Mentan perintahkan tutup dan segel*. <https://www.viva.co.id/bisnis/1805151-3-perusahaan-minyakita-terungkap-curang-sunat-volume-mentan-perintahkan-tutup-dan-segel>
- Zhang, X., Liu, T., Wang, J., Wang, P., Qiu, Y., Zhao, W., Pang, S., Li, X., Wang, H., Song, J., Zhang, W., Yang, W., Sun, Y., & Li, X. (2021). Pan-genome of *Raphanus* highlights genetic variation and introgression among domesticated, wild, and weedy radishes. *Molecular Plant*, 14(12), 2032–2055. <https://doi.org/10.1016/j.molp.2021.08.005>

BIOGRAFI PENULIS

Dr. Ir. H. Andi Amran Sulaiman, M.P. adalah Menteri Pertanian yang menjabat selama tiga periode sejak 2014. Doktor lulusan UNHAS dengan predikat Cumlaude (2002) ini memiliki pengalaman kerja di PG Bone serta PTPN XIV, pernah mendapat Tanda Kehormatan Satyalancana Pembangunan di Bidang Wirausaha Pertanian dari Presiden RI (2007) dan Penghargaan FKPTPI Award (2011). Beliau anak ketiga dari 12 bersaudara, pasangan ayahanda A. B. Sulaiman Dahlan Petta Linta dan ibunda Hj. Andi Nurhadi Petta Bau. Memiliki istri bernama Ir. Hj. Martati dan dikaruniai empat orang anak. Pria kelahiran Bone (1968) yang memiliki keahlian di bidang pertanian dan hobi membaca ini, dalam kiprahnya sebagai Menteri Pertanian telah berhasil membawa Kementerian Pertanian sebagai institusi yang prestise.

drh. Mochammad Arief Cahyono, M.Si. saat ini menjabat sebagai Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Informasi, Kementerian Pertanian Republik Indonesia sejak 14 Februari 2025. Beliau lulus sebagai dokter hewan, Institut Pertanian Bogor pada 2003, dan meraih gelar Magister Sains dari IPB pada 2009. Selama kepemimpinannya, Kementerian Pertanian berhasil meraih penghargaan terbaik untuk kategori Kampanye Komunikasi Publik K/L dan BUMN pada acara Anugerah Media Humas (AMH) 2024 serta berhasil meraih penghargaan sebagai Popular Government Institutions Award 2025.

Adinda Mufidah, S.Sos., M.Si. adalah Pranata Humas Ahli Madya di Biro Komunikasi dan Layanan Informasi, Kementerian Pertanian. Adinda menjadi pegawai sejak Januari 2009. Pendidikan terakhirnya adalah

Magister Sains Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, Institut Pertanian Bogor.

Ari Surachmanto, S.Sos., S.Pd., M.I.Kom. adalah Pranata Humas Ahli Muda di Biro Komunikasi dan Layanan Informasi, Kementerian Pertanian. Ari menjadi pegawai sejak Januari 2011. Pendidikan terakhirnya adalah Magister Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Ceria Isra Ningtyas, S.Hum., M.I.Kom. merupakan Pustakawan Ahli Muda di Biro Komunikasi dan Layanan Informasi, Kementerian Pertanian. Ceria menjadi pegawai sejak Desember 2009. Pendidikan terakhirnya adalah Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.

Indah Permata Sari, S.Sos. adalah Pranata Humas Ahli Pertama di Biro Komunikasi dan Layanan Informasi, Kementerian Pertanian. Indah menjadi pegawai sejak Maret 2022. Pendidikan terakhirnya adalah Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia.

MN Habibi, S.Sos. adalah Pranata Humas Ahli Muda di Biro Komunikasi dan Layanan Informasi, Kementerian Pertanian. Beliau menjadi pegawai sejak Januari 2011. Pendidikan terakhirnya adalah Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Bandung.

Nita Sari, S.I.K. adalah Pranata Humas Ahli Pertama di Biro Komunikasi dan Layanan Informasi, Kementerian Pertanian. Nita menjadi pegawai sejak Desember 2020. Pendidikan terakhirnya adalah Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Jakarta.

Zaki Nabiha, S.Si. adalah Pranata Humas Ahli Muda di Biro Komunikasi dan Layanan Informasi, Kementerian Pertanian. Zaki menjadi pegawai sejak Januari 2011. Pendidikan terakhirnya adalah Sarjana Kimia Universitas Lampung.

LAMPIRAN

Tabel Pelaksanaan Kegiatan Tani on Stage

No	Waktu	Tempat	Momentum	Tema dan Pesan
1	4 Agustus 2019	Kawasan Car Free Day Dago, Bandung	Persiapan menjelang Hari Raya Idul Adha	Sosialisasi dan diskusi penanganan hewan kurban yang sehat dan sesuai syariat
2	20 Agustus 2019	Politeknik Pembangunan Pertanian (Polbangtan) Bogor	Wisuda Nasional Politeknik Pembangunan Pertanian	Inspirasi karir di sektor agribisnis bersama para pelaku usaha nasional
3	10 November 2019	Gelora Bung Karno, Jakarta	<i>Healthy Street Food Festival 2019</i>	From Farm to Table, mengajak masyarakat memahami pentingnya keamanan dan kualitas pangan dari hulu ke hilir. Kegiatan ini disemarakkan dengan <i>cooking show</i> bersama alumni Master Chef Indonesia
4	15 Desember 2019	Kota Makasar, Sulawesi Selatan	Gerakan Agripreneur dan Tiga Kali Lipat Ekspor	Gerakan peningkatan income sektor pertanian melalui ekspor
5	3 Maret 2020	Museum Tanah, Bogor	<i>Peresmian Open Virtual Literacy Room (OVIRAL)</i>	Menuju Agripreneur Muda Berprestasi Melalui Gerakan Literasi, menginspirasi dan mengajak generasi muda berkiprah di sektor pertanian
6	21 Juli 2020	Area Gedung C, Kantor Pusat Kementerian Pertanian	Persiapan menjelang Hari Raya Idul Adha	Sosialisasi Kurban dalam Masa Pandemi COVID-19, sosialisasi dan diskusi protokol Kesehatan dalam pelaksanaan kurban

Komunikasi Publik
Mendukung Swasembada Pangan

7	24 September 2020	Area Gedung Pusat Informasi Agribisnis (PIA), Kantor Pusat Kementerian Pertanian	Hari Tani Nasional	Mewujudkan ekosistem pertanian yang kolaboratif, Sosialisasi dan Diskusi membangun jejaring bisnis antara petani, pengusaha dan pemodal.
8	10 Desember 2020	Area Gedung F, Kantor Pusat Kementerian Pertanian	Ekspo Edukasi, Informasi, dan Literasi (ESENSI)	Pustakawan Multitalenta, Sosialisasi kolaborasi sektor pertanian dengan dunia literasi, seni dan komunikasi
9	26 Maret 2021	Balai Besar Pengembangan Mekanisasi Pertanian (BBP Mektan), Tangerang-Banten	Ekspo Inovasi Pertanian	Pemanfaatan Inovasi Alat dan Mesin Pertanian di Era Pertanian Modern, mengenalkan inovasi alat-alat dan mesin pertanian modern kepada masyarakat
10	9 April 2021	Kantor Direktorat Jenderal Hortikultura, Jakarta Selatan	Umum	Digitalisasi Hortikultura Era 5.0, membedah strategi pemanfaatan platform digital untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi agribisnis hortikultura
11	26 Agustus 2021	Area Gedung Pusat Informasi Agribisnis (PIA), Kantor Pusat Kementerian Pertanian	HUT Kemerdekaan RI ke-76	Bakti Tani pada Negeri, mengungkap kiprah nyata insan pertanian dalam membangun negeri, mulai dari inovasi teknologi hayati, pembinaan petani, hingga layanan kesehatan hewan
12	23 September 2021	Area kantin Kantor Pusat Kementerian Pertanian	Peringatan Hari Rabies Sedunia	<i>Rabies: Facts Not Fear</i> , sosialisasi dan diskusi pemeliharaan hewan kesayangan yang sehat.
13	12 Oktober 2021	Area Kantor Balai Penelitian Sayuran,	Umum	ASN Milenial Kementerian Pertanian BERAKHLAK,

		Lembang, Jawa barat		Bangga Melayani Bangsa, sosialisasi dan diskusi terkait karakter ASN milenial yang profesional dalam memajukan sektor pertanian
14	4 Februari 2022	Area Kantor Pusat PT. Pos Indonesia, Bandung	Umum	E-Commerce, Tingkatkan Daya Saing Produk Pertanian Ekspor di Pasar Global, membedah digitalisasi logistik dan pemanfaatan <i>e-commerce</i> dalam menembus pasar global produk pertanian
15	26 April 2022	Area Gedung B Kantor Pusat Kementerian Pertanian	Pembukaan Pasar Tani dan Bazar Ramadhan	Ketersediaan Pangan di Bulan Suci, memaparkan strategi menjaga pasokan pangan saat bulan puasa dan hari raya Idul Fitri
16	5 Juli 2022	Area Masjid Baiturrahmah, Kecamatan Ciawi, Bogor	Persiapan Hari raya Idul Adha	Pelaksanaan Kurban di Masa Pandemi Penyakit Mulut dan Kuku (PMK), sosialisasi tata laksana kurban saat pandemi PMK
17	24 Juni 2023	Area kantor Pusat Standardisasi Instrumen Peternakan dan Kesehatan Hewan (PSIPKH), Bogor	Persiapan Hari raya Idul Adha	Pentingnya 'Paspur' bagi Hewan Kurban Anda, sosialisasi pentingnya dokumen pengawasan dan identifikasi hewan ternak untuk menjamin Kesehatan hewan kurban
18	10 April 2025	Kota Makasar, Sulawesi Selatan	Musyawahar Besar (Mubes) XII Kerukunan Keluarga Sulawesi Selatan (KKSS)	Pertanian Modern Bersaing di Pasar Global, membedah inspirasi dan inovasi para agripreneur dalam menembus pasar global
19	18 Juni 2025	Kawasan Usaha Peternakan (Kunak)	Peringatan Hari Susu Nusantara	Susu Lokal untuk Generasi Sehat dan Cerdas, sosialisasi dan diskusi

Komunikasi Publik
Mendukung Swasembada Pangan

		Sapi Perah KPS Bogor, Jawa Barat		pentingnya konsumsi susu segar dan menegaskan peran vital subsektor peternakan dalam mencetak sumber daya manusia unggul di Indonesia
--	--	-------------------------------------	--	---

KOMUNIKASI PUBLIK

MENDUKUNG SWASEMBADA PANGAN

Di tengah arus informasi yang kian deras dan dinamis, transparansi bukan lagi sebagai pilihan, melainkan suatu keharusan. Pemerintah, sebagai penyelenggara negara, dituntut untuk hadir secara terbuka, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Kementerian Pertanian, sebagai salah satu badan publik yang strategis, telah berkomitmen untuk mengimplementasikan prinsip *Maximum Access Limited Exemption* (MALE), yaitu memberikan akses seluas-luasnya atas informasi publik dengan pengecualian yang ketat dan terbatas. Komitmen ini tidak hanya diterjemahkan dalam bentuk regulasi internal, tetapi juga dalam tindakan konkret berupa penyediaan kanal informasi yang beragam, mudah diakses, dan berbasis teknologi.

Buku ini menyajikan berbagai kegiatan yang dilakukan sebagai usaha memenuhi hak masyarakat akan informasi dalam lingkup Kementerian Pertanian. Buku ini juga menunjukkan bahwa keterbukaan informasi publik, bukan sekadar soal regulasi, melainkan bagian dari strategi komunikasi publik yang lebih luas. Informasi tidak hanya disampaikan, tetapi juga dikemas, didistribusikan, dan dijadikan sarana membangun partisipasi masyarakat.



**PERTANIAN
PRESS**

Redaksi Pertanian Press

Balai Besar Perpustakaan dan Literasi Pertanian

Jl. Ir. H. Juanda No.20, Bogor 16122

<https://epublikasi.pertanian.go.id>

ISBN 978-971-582-371-0



9 789795 823940

ISBN 978-971-582-403-9 (PDF)



9 789795 824039