

Pemanfaatan *Event* oleh Kementerian Pertanian untuk Memperkenalkan Usaha Pertanian pada Masyarakat

Juniko Simanjuntak¹, Yugih Setyanto^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: juniko.915190235@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: yugihs@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

Abstract

The study aims to describe and identify efforts by the ministry of agriculture's public affairs affairs to manage the inspirational kekinian talk-show (TIKTalk) to introduce agriculture to the public. The approach used in this study is a qualitative approach with case study methods and with data retrieval techniques through participative observations, interviews, documenting. The research site for the ministry of agriculture's sub section of inter-society relations and sub sections of libraries, exhibits, and demonstrations. The study shows that the pr of the ministry of agriculture in its public communication is using media programs as intermediaries with the aim of educating today's policies for the development of agriculture and encouraging people especially today's youth to pursue a further investment in agriculture and yet to be limited in performing its role asa communication facilitator, which is linked to signals. Sometimes refining social media platforms, weather conditions, and inconsistency in carrying out the event plan.

Keywords: *event, event management, government public relations*

Abstrak

Penelitian ini mendeskripsikan dan mengetahui upaya Biro Humas Kementerian Pertanian dalam mengelola acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk) guna memperkenalkan usaha di bidang pertanian kepada masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus serta dengan teknik pengambilan data melalui observasi partisipatif, wawancara, dokumentasi. Lokasi penelitian ini pada Biro Humas Kementerian Pertanian Sub Bagian Hubungan Antar Lembaga dan Sub Bagian Perpustakaan, Pameran, dan Peragaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Kementerian Pertanian dalam penyampaian komunikasinya kepada publik menggunakan media acara atau event sebagai perantara dengan tujuan mengedukasi kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dalam bidang pertanian dan mengajak masyarakat khususnya anak muda untuk lebih mendalami usaha bidang pertanian. Namun humas masih terbatas dalam menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi. Hal ini disebabkan persoalan sinyal, gangguan pada platform *social media*, kondisi cuaca, hingga tidak konsisten dalam menjalankan perencanaan acara.

Kata Kunci: *event, humas pemerintah, pengelolaan acara*

1. Pendahuluan

Acara atau *event* merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan maupun institusi untuk mendekatkan jarak antara institusi dengan masyarakat. Pengelolaan acara dapat diartikan sebagai pengorganisir sebuah acara yang dikelola

secara profesional, sistematis, efisien dan efektif yang kegiatannya itu meliputi mulai dari konsep (perencanaan), sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan (Firmansyah, 2018).

Berdasarkan berita pada situs travel.detik.com dengan judul “Sandiaga Beri Sinyal Positif Untuk *Event* Wisata Dan Konser Musik” (terbit 17 Maret 2021) Diketahui Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf RI) Sandiaga Uno memberikan sinyal positif untuk mengadakan lagi acara baik wisata maupun konser. Hal ini mencerminkan bahwa pemerintah telah memberikan izin untuk kembali mengadakan acara sehingga para *public relations* harus merancang strategi acara yang menarik. Hakikat dari kegiatan acara adalah komunikasi langsung serta dua arah di lapangan dan institusi mencoba memikat emosional *audience* melalui kegiatan yang menarik serta *up to date* yang harus dimanfaatkan semaksimal mungkin (Amellia, 2021).

Acara diselenggarakan tidak hanya sekedar memberikan informasi dan pengalaman kepada target sasaran, tetapi juga merayu *audience* agar berperilaku sesuai dengan strategi yang telah ditentukan penyelenggara dan mengajak penonton untuk mendapatkan dukungan dalam mengimplementasikan tujuan dari acara tersebut. Dalam mengelola acara tersebut, humas melakukan aktivitas komunikasinya kepada publik. Dalam hal ini humas memiliki peran yang vital antara institusi dengan publik (Ishak, 2012). Humas memiliki peran menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan publik baik internal maupun eksternal. Fungsi humas adalah membantu organisasi agar selalu memiliki hubungan harmonis dengan berbagai publiknya melalui kegiatan komunikasi (Sukoco, 2013).

Komunikasi adalah proses antara sesama makhluk hidup dengan menggunakan tindakan, perilaku, simbol, sinyal. Komunikasi merupakan hal yang fundamental bagi setiap manusia secara individu maupun berkelompok. Dalam komunikasi yang menjadi pusat perhatian (*central point*) adalah persoalan informasi yang diolah dan disebarluaskan. Informasi inilah yang sesungguhnya dikomunikasikan ke segenap publik dari institusi tersebut (Ishak, 2012). Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara pesan yang disampaikan dengan orang yang menerima pesan. Oleh karena itu, komunikasi bergantung terhadap kemampuan kita untuk memahami satu dengan yang lainnya.

Salah satu kemampuan untuk menjadi seorang humas yang handal dan profesional adalah kemampuan untuk mengelola suatu kegiatan acara (*ability to manage events*). Melalui pelaksanaan sebuah acara (*event*) yang mampu dilakukan oleh seorang humas profesional, dapat menjadi salah satu faktor pendukung informasi yang muncul pada pemberitaan di media massa (Fauzziya & Nugraha, 2020). sehingga diharapkan mampu mempertahankan maupun menaikkan nilai citra suatu institusi kepada publik.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu Bagaimana upaya Biro Humas Kementerian Pertanian dalam mengelola acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk) guna memperkenalkan usaha di bidang pertanian kepada masyarakat. Sehingga dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut ini untuk mengetahui bagaimana upaya Biro Humas Kementerian Pertanian dalam mengelola acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk) guna memperkenalkan usaha di bidang pertanian kepada masyarakat dan untuk mengetahui hambatan-hambatan yang didapat Biro Humas Kementerian Pertanian dalam mengelola acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk).

2. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang melibatkan proses yang cukup kompleks. Penulis menggunakan metode tersebut karena acara (*event*) yang dimiliki oleh Kementerian Pertanian sejalan dengan perumusan masalah yaitu untuk mengetahui bagaimana upaya Biro Humas Kementerian Pertanian dalam mengelola acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk) guna memperkenalkan usaha di bidang pertanian kepada masyarakat. Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini difokuskan pada suatu kasus saja dan dipahami secara mendalam. Data studi kasus dapat diperoleh dari segala pihak yang bersangkutan. Penelitian studi kasus adalah suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses, dan memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam dari individu, kelompok, atau situasi (Fadhilah et al., 2015).

Obyek dalam penelitian ini yaitu upaya Biro Humas Kementerian Pertanian dalam mengelola acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk) guna memperkenalkan usaha di bidang pertanian kepada masyarakat. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara, dokumentasi sebagai metode dalam pengumpulan data. Terdapat lima informan dalam penelitian ini yaitu tiga informan dari pihak Kementerian Pertanian Biro Humas dan Informasi Publik dan dua orang dari pihak *audience* yang pernah mengikuti acara tersebut.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Humas Melakukan Edukasi Melalui *Event*

Dari hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa upaya Biro Humas Kementerian Pertanian adalah dalam pengaktifan kehumasan, yang dapat disebut dalam rangka keterbukaan informasi publik bidang pertanian kepada masyarakat secara berkualitas, *fresh* dan *up to date* melalui kegiatan *Talkshow* interaktif, serta ingin menjangkau langsung *audience* terutama generasi muda tentang pertanian namun dalam ruang lingkup yang kekinian, dan ingin mensosialisasikan kebijakan yang ada di Kementerian Pertanian. Dalam wawancara dengan Humas Kementerian Pertanian, mengenai upayanya dalam melakukan edukasi tentang pertanian atau mensosialisasikan kebijakan yang ada di Kementerian Pertanian disampaikan Kurniawatisari yaitu:

“Kita mau membantu mensosialisasikan kebijakan yang ada di Kementerian Pertanian serta kita mau generasi muda itu peduli tentang pertanian bahwa bertani itu bukan hanya bercocok tanam seperti yang kita lihat seperti di sawah tapi ada bisnis-bisnis yang sangat menjanjikan untuk di jangkau sama generasi muda sekarang, terutama seperti usaha agrobisnis.”

Penjelasan Kurniawatisari di atas menjelaskan bahwa salah satu peran Biro Humas Kementerian Pertanian adalah ingin mengedukasi masyarakat terutama dalam bidang pertanian secara langsung melalui acara. Perkembangan kehumasan berkembang begitu pesat, seiring perkembangan tersebut tantangan yang dilalui pun

semakin banyak dan kompleks sehingga praktisi humas harus mampu membangun reputasi, mensosialisasikan kebijakan-kebijakan pemerintah dalam bidang pertanian kepada masyarakat. Inilah pentingnya manajemen komunikasi yang baik dan tepat sehingga diharapkan mampu membangun ruang publik yang seimbang antara komunikasi dan interaksi.

Pengelolaan Acara dalam Humas Kementerian Pertanian

Kemudian Humas Kementan dalam melakukan pengelolaan acara membuat beberapa tahapan-tahapan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Deny Kristianto selaku Kepala Sub Bagian Perpustakaan, Pameran, dan Peragaan ditemukan informasi mengenai pengelolaan acara.

“Pastinya kita harus mempersiapkan serta mematangkan tim dulu, selanjutnya kita harus mengerti konsep yang akan kita ambil misalkan biasanya kita mengangkat headline mengenai motivasi, berarti kita mengajak anak muda untuk berwiraswasta dalam bidang pertanian untuk menggerakkan perekonomian negara.”

Berdasarkan penjelasan di atas disebutkan bahwa tahapan pertama yang dilakukan dengan membentuk tim dan mengetahui konsep apa yang akan digunakan. Begitu pun wawancara dengan Kurniawatisari, ia menjelaskan tahapan awal dalam menyelenggarakan acara yaitu diawali dengan *brainstorming*. Tujuannya untuk mengetahui isu-isu yang sedang ramai dibicarakan. Sebagai contoh diutarakannya adalah ketika kopi sedang banyak dibicarakan di masyarakat maka dibuat pula tema yang sesuai dengan hal tersebut. Dikatakannya;

“Ya berarti kita akan membuat acara dengan tema kopi selanjutnya mengundang yang narasumbernya yang pengusaha kopi, petani kopi, maupun artis yang sudah berbisnis kopi dan biasanya ada perwakilan dari pihak Kementerian Pertaniannya itu sendiri yang diwakili dari Direktorat Perkebunan.”

Dalam wawancara dengan Kurniawatisari tahapan setelah menemukan konsep maupun isu-isu adalah dengan mencari narasumber yang akan diajak untuk mengisi materi pada acara tersebut. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Lilli Fatima ditemukan kesamaan dalam penjelasan mengenai pengelolaan acara.

“Biasanya kita mendapatkan data dari Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian, kemudian untuk pengusaha-pengusaha yang baru kita dapat datanya dari Badan Pangan Nasional dan kita juga dapat data UMKM serta data milenial dari Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian. Setelah dapat data, kita mencari sebenarnya dari sisi yang agak unik, agak uniknya yaitu seperti anak teknik, yang memulai dari usaha dari nol, ada juga yang dulunya bekerja sebagai pegawai lalu berubah menjadi petani.”

Selanjutnya terkait pengelolaan kegiatan disampaikan Lilli Fatima sebagai berikut

“Kalau kita menentukan topik pasti selalu melihat apakah ada hari besar pada tanggal tersebut kalau ada ya kita kan sekalian memperingati contohnya seperti hari susu nasional ya pastinya kita akan mengangkat tema atau topik yang berhubungan dengan susu, kalau saat bulan puasa ya topiknya tentang komoditas pertanian tetapi yang berhubungan dengan puasa seperti timun suri, aloe vera. Lalu setelah menentukan topik kemudian kita akan membahas narasumbernya berapa orang misalkan kita mau undang dua Petani dan satu Dosen atau satu Petani, satu Pengusaha, satu Ahli Gizi. Setelah itu kita siapkan script atau rundown kemudian poster, serta teaser. Kalau sudah semua ya kita tinggal menjalankannya pada hari yang sudah ditentukan.”

Berdasarkan wawancara di atas, setelah menentukan narasumber yang ingin diundang tahapan selanjutnya adalah dengan menyiapkan *script* kemudian poster, serta *teaser* dan tahapan terakhir adalah melakukan kontrol pada hari pelaksanaan acara tersebut. Humas diharapkan mampu mengemas langkah pengelolaan dan pengemasan informasi yang diperlukan publik *fresh* serta akurat dan diharapkan juga dengan tercapainya informasi yang dibutuhkan masyarakat dapat memunculkan kepuasan publik.

Hambatan-Hambatan yang didapat Humas Kementerian Pertanian dalam Pengelolaan Acara

Humas Kementan pun ketika dalam menjalani perannya sebagai penghubung antara masyarakat dengan pemerintah tidak lepas dari hambatan. Dalam wawancara dengan Kurniawatisari, menjelaskan hambatan yang di temui dan usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut. Menurutnya hambatan yang dihadapi adalah sulitnya mencari waktu yang sesuai dengan jadwal narasumber. Kendala ini memberi dampak pada tahap pembuatan publikasi pengumuman kepada khalayak. Sering kali narasumber berhalangan menjelang hari H sehingga harus dilakukan perubahan jadwal.

Kemudian Humas Kementan melalui Lilli Fatima mengungkapkan menemukan hambatan lain dalam pengelolaan acara dari segi teknis yaitu:

“Yang paling utama adalah sinyal, sudah pakai penguat sinyal tiba-tiba sinyalnya hilang. Youtube-nya terkadang sering nge-blank seperti sering telat ngomong dengan platform Facebook terus juga Facebook atau Instagramnya suka tiba-tiba nge-down itu salah satu kendala teknis.”

Ada pun hambatan lain yang diungkapkan Lilli Fatima sebagai berikut:

“Kemudian yang kedua cuaca, karna lokasi itu semi outdoor jadi kalau lagi hujan kita sudah yang onlinenya karna takut korsleting tapi yang bergabung secara offline tetap berjalan atau dipersingkat durasinya. Hambatan lainnya kadang-kadang kita belum konsisten dalam hal pelaksanaan seperti plan kita di awal untuk menjalankan lima acara TIKTalk tetapi terkadang menyusut ke empat acara. Tahun ini penyusunannya jadi dua acara saja karna banyak kegiatan pimpinan yang jauh lebih penting diliput oleh Biro Humas Kementerian Pertanian salah satunya kegiatan G20 di Bali.”

Berdasarkan wawancara dengan kedua narasumber tersebut ditemukan hambatan-hambatan dalam menjalankan acara yaitu dari sisi keterlambatan narasumber, pembatalan tiba-tiba dari pihak narasumber, sinyal, *platform* yang terkadang bermasalah, dan tidak konsisten dalam hal pelaksanaan acara.

Penyampaian Pesan Edukatif tentang Pertanian

Berdasarkan wawancara dengan informan pendukung yaitu Aris, ia mengatakan pendapatnya mengenai acara tersebut yaitu:

“Saya sangat puas, Cuma harus dikembangkan lagi ke depannya. Pendapat saya dari segi informasi harus lebih dikembangkan lagi kalau perlu sering diadakan supaya kita bisa belajar juga mengenai pertanian itu sendiri khususnya untuk anak-anak muda jaman sekarang.”

Informasi serupa ditemukan pada Informan pendukung lainnya yaitu Nano Hermansyah, ia mengungkapkan pandangannya mengenai acara tersebut yaitu:

“Cukup puas dengan acara ini. menurut saya acara ini sangat inspiratif dan pesan saya kalau bisa topik pembahasannya lebih mendalam sehingga banyak informasi lagi yang bisa didapatkan masyarakat.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber tersebut ditemukan *feedback* yang positif dari masyarakat sehingga diharapkan muncul citra yang positif dan membangun *public trust*.

Peran humas dalam sebuah organisasi sangat lah penting. Terdapat dua bagian besar yang secara terus-menerus muncul dalam kegiatan humas yaitu bagian sebagai teknisi serta manajemen. Bagian sebagai teknisi mewakili seni dari humas seperti mengambil foto, mengedit, menulis, menjalankan acara, melakukan hubungan dengan media dan mengurus produksi komunikasi. Bagian sebagai manajer dalam manajemen fokus pada kegiatan membantu memecahkan masalah terkait humas serta membantu organisasi dalam mengidentifikasi (Lubis, 2012). Dalam menjalankan perannya, Humas Kementerian Pertanian memberikan informasi yang informatif serta akurat kepada masyarakat mengenai pertanian. Seperti yang dikatakan oleh Kurniawatisari dalam wawancara yaitu ingin mensosialisasikan kebijakan yang ada di Kementerian Pertanian serta ingin mengajak generasi muda peduli terhadap pertanian.

Humas Kementerian Pertanian pun berperan sebagai penghubung dalam hal komunikasi antara lain sebagai komunikator dalam memberikan pesan edukasi mengenai pertanian kepada masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Lilli Fatima bahwa pemerintah menekankan kepada masyarakat terutama generasi muda saat ini, bahwa usaha pertanian itu banyak, bisa melalui hidroponik dan lain-lain. Untuk mengetahui mendalam, penulis mengaitkan dari berita *online* maupun media *online* yang berhubungan dengan kegiatan acara Humas Kementan seperti “Anak Muda Diajak Terjun ke Sektor Pertanian”

Gambar 1. Tampilan Media Online

Juniko Simanjuntak, Yugih Setyanto: Pemanfaatan *Event* oleh Kementerian Pertanian untuk Memperkenalkan Usaha Pertanian pada Masyarakat



Sumber: beritasatu.com

Sesuai peran humas sebagai teknisi yaitu menjalankan acara, diharapkan terjalin komunikasi dua arah sehingga diperlukan pengelolaan secara profesional, sistematis, efisien dan efektif. Dalam hal pengelolaan acara, Humas Kementerian Pertanian menjalankan tahapan demi tahapan dalam mengelola acara seperti yang diungkapkan informan kesatu, kedua, dan ketiga bahwa tahapan pertama yaitu mempersiapkan tim dan mengetahui konsep apa yang dipilih, contohnya seperti gaya hidup mengopi di kalangan anak muda. Setelah mengetahui konsep apa yang ingin ditentukan di tahapan selanjutnya yaitu dengan *brainstorming* dengan tim untuk menentukan narasumber. Setelah mengetahui beberapa latar belakang calon narasumber yang ingin diundang tahapan selanjutnya adalah dengan mendapatkan data pengusaha-pengusaha dari Badan Pangan Nasional dan mendapatkan data UMKM serta data milenial dari Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian. Tahap terakhir adalah mendesain komponen pendukung seperti poster, *teaser*, *script*. setelah semua tahapan telah dilakukan seluruh tim melakukan seluruh *jobdescs*-nya sehingga acara dapat berjalan dengan lancar.

Adapun Tujuan dari *event* dipertegas menurut Ruslan dalam (Rohman & Prananta, 2018) adalah:

- a) Pengenalan, mendapat dukungan publik atau media dan meningkatkan pengetahuan terhadap perusahaan atau produk yang ingin didapatkan.
- b) Suatu proses penyampaian informasi melalui komunikasi timbal balik yang pada akhirnya diharapkan dapat memperoleh *feedback* yang positif.
- c) Memperlihatkan itikad baik dari perusahaan atau produk yang diwakilinya, serta sekaligus memberikan kesan atau *image* positif terhadap masyarakat sebagai publik sasarnya.
- d) Upaya mempertahankan penerimaan masyarakat.
- e) Memperoleh rekanan atau langganan baru melalui acara *special event* yang dirancang secara menarik, inovatif dan kreatif.

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa pihak Kementerian Pertanian telah membangun dan menjaga komunikasi dengan publik melalui Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian. Dalam tujuan *event* pada tahap pertama, Kementerian Pertanian merasa perlu untuk melakukan kegiatan berupa pengenalan, promosi, edukasi, motivasi, dan inspirasi kepada masyarakat mengenai usaha dibidang pertanian. Selanjutnya pada tahap kedua, dalam hal ini program yang dilakukan oleh humas Kementerian Pertanian yaitu mengadakan salah satu acara yaitu dengan nama

Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk) sudah menunjukkan bahwa humas Kementerian Pertanian telah menjalankan tugasnya sebagai humas pemerintah.

Pada tahapan yang ketiga yaitu memperlihatkan itikad baik dari perusahaan atau produk yang diwakilinya dengan memotivasi kepada masyarakat untuk bisa melakukan usaha di bidang pertanian dalam bentuk yang beragam dan inovatif sehingga mampu menunjang perekonomian Indonesia. Pada hal yang sama, acara tersebut mendapatkan *feedback* positif dari masyarakat dapat terlihat dalam wawancara penulis dengan informan pendukung dan diharapkan kegiatan acara tersebut mampu menciptakan citra positif institusi Kementerian Pertanian. Setelah itu, pada tahap keempat Kementerian Pertanian berupaya mempertahankan penerimaan masyarakat dengan mengajak masyarakat lain terjun pada usaha bidang pertanian dengan memberikan contoh mengundang masyarakat lain yang telah terjun pada usaha bidang pertanian sebagai narasumber dalam acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk) tersebut dan diharapkan masyarakat lainnya pun mengikuti langkah tersebut.

Pada tahapan terakhir, memperoleh rekanan atau langganan baru melalui acara adalah pada saat mengundang narasumber sebagai pembicara, lalu pada acara selanjutnya narasumber sebelumnya mengajukan sahabatnya untuk menjadi narasumber pada tema lain. Pada tahapan ini Biro Kementerian Pertanian secara tidak langsung mendapatkan rekanan dalam hal narasumber, sehingga rekomendasi nama-nama narasumber selanjutnya muncul dari narasumber yang sebelumnya. Adapun fungsi diadakannya *event* seperti yang diungkapkan Ruslan dalam (Rohman & Prananta, 2018) yaitu:

- a) Memberikan informasi secara langsung (tatap muka) dan mendapatkan timbal balik yang positif dari publiknya pada fungsi ini Kementerian Pertanian telah mendapatkan fungsinya karena acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk) dilakukan secara *hybrid* yaitu secara *live streaming* melalui *Youtube* dan *Facebook* serta dilakukan acara secara langsung (tatap muka) dan muncul *feedback* positif dari masyarakat, dapat terlihat pada hasil wawancara dengan informan *audience* Nano Hermansyah dan Aris.
- b) Menjadi media komunikasi sekaligus mendapatkan publikasi sehingga pada akhirnya publik sebagai target sasaran akan memperoleh pengenalan, pengetahuan, dan pengertian mendalam pada fungsi ini Kementerian Pertanian telah menjadi media komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat dengan membuat acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk). Humas Kementerian Pertanian sebaiknya tetap melakukan komunikasinya kepada publik seperti ini sehingga masyarakat dapat merasakan dampaknya terutama pada bidang pertanian dan diharapkan dapat Maju, Mandiri, Modern pada sektor pertanian Indonesia.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa Peran Biro Humas Kementerian Pertanian Dalam Mengelola Kegiatan Acara Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk), penulis menyimpulkan beberapa hal, antara lain: Upaya Biro Humas Kementerian Pertanian dalam memperkenalkan usaha di bidang pertanian kepada masyarakat yaitu dengan menggunakan media acara terutama Tani Inspiratif Kekinian *Talkshow* (TIKTalk) sebagai perantaranya dengan tujuan mengedukasi tentang kebijakan-kebijakan apa saja yang dibuat oleh pemerintah dan mengajak masyarakat khususnya anak muda

masa kini untuk lebih mendalami usaha bidang pertanian. Timbul *feedback* positif dari masyarakat sehingga muncul kepercayaan publik dan diharapkan dapat meningkatkan citra positif masyarakat kepada Kementerian Pertanian. Hambatan yang diperoleh humas Kementerian Pertanian dalam melaksanakan kegiatannya ketika menyampaikan edukasi seputar pertanian dari sisi sinyal, *platform social media* yang terkadang nge-*blank*, kondisi cuaca, serta tidak konsisten dalam menjalankan *plan* acara. Masih kurang variatif dalam hal narasumber sehingga terkadang kurang dikenal oleh publik terutama generasi muda.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Amellia, R. (2021). Implementasi Manajemen Event Pada Divisi Public Relations The Sunan Hotel Solo. *Jurnal Komunika*, 7(2), 1–16. <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JKOM/article/view/680/528>
- Fauzziya, P. M. N., & Nugraha, A. R. (2019). Pengelolaan Acara “Bandung Lautan Sepeda” Oleh Biro Humas Dan Protokol Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat. *Scriptura*, 9(2), 59–70. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.59-70>
- Firmansyah, M. D. (2018). *Manajemen Event 107,5 PRFM News Channel Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Deskriptif Analisis pada Event Buka Rekening BCA Bertaburan Hadiah di Kota Bandung)*. (Tesis Diploma, UIN Sunan Gunung Djati Bandung). <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/6995>
- Ishak, A. (2012). Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Aspikom*, 1(4), 373–380. <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v1i4.38>
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 51–60. <http://dx.doi.org/10.46730/jiana.v12i1.903>
- Rohman, Y. A., & Prananta, R. (2018). Sistem Pengelolaan dan Strategi Pemasaran Event Pariwisata di Nusa Dua. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(1), 47–68. <https://doi.org/10.19184/jtc.v2i1.13840>
- Sari Fadhilah, T. (2015). Pasanganku Sejenisku (Studi Kasus Tentang Gay yang Coming Out kepada Orang Tua). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(7), 1–16. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/fipbk/article/view/197/178>
- Sukoco, I. (2013). Fungsi Public Relations Dalam Menjalankan Aktivitas Corporate Social Responsibility. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 188–198. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/2762/2819>