

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENINGKATAN CITRA PROGRAM SMART FARMING

(Studi Kasus Badan Penerapan dan Modernisasi Pertanian Kementan

Tahun 2024-2025)



Disusun oleh :

LIVIA FLOURENITA AGAPE

22.M1.0009

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS HUKUM DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENINGKATAN CITRA PROGRAM SMART FARMING

(Studi Kasus Badan Penerapan dan Modernisasi Pertanian Kementan

Tahun 2024-2025)

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

LIVIA FLOURENITA AGAPE

22.M1.0009

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS HUKUM DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

**STRATEGI PENINGKATAN CITRA PROGRAM SMART FARMING
(STUDI KASUS BADAN PENERAPAN DAN MODERNISASI PERTANIAN
KEMENTAN TAHUN 2024-2025)**

Livia Flourenita Agape

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

ABSTRAK

Produktivitas sektor pertanian di Indonesia saat ini menjadi tantangan utama bagi Kementerian Pertanian (Kementan) dalam mewujudkan modernisasi pertanian 4.0. Rendahnya pemahaman teknologi di kalangan petani dan keterbatasan literasi digital, serta prediksi *Food and Agriculture Organization* (FAO), dikarenakan adanya peningkatan jumlah penduduk di dunia mencapai 9,6 miliar atau setara dengan 70% peningkatan hasil produksi pertanian, yang merupakan tantangan bagi Indonesia. Penelitian ini fokus pada bagaimana proses strategi peningkatan citra Program Smart Farming, melalui penerapan teori Retorika Aristoteles berupa penemuan, pengaturan, gaya, penyampaian, dan memori, kemudian didukung dengan konsep hubungan masyarakat (humas) pemerintah, serta tahapan konsep strategi komunikasi berupa penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran, dan pelaporan yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Penemuan data melalui wawancara mendalam dengan informan humas BRMP Jawa Tengah dan Jakarta, observasi, serta analisis dokumen unggahan Instagram, Youtube, dan situs resmi BRMP. Hasil menunjukkan BRMP efektif dalam menerapkan teori retorika persuasif melalui konten visual kekinian, sosialisasi lapangan, dan kolaborasi seperti Program *Youth Entrepreneurship and Employment Support Services* (YESS). Strategi ini berhasil membangun citra positif sejalan dengan Asta Cita Presiden Prabowo Subianto untuk swasembada pangan, meski tantangan seperti keterbatasan infrastruktur digital masih ada. Kesimpulannya, strategi komunikasi BRMP berhasil membangun citra positif mendukung swasembada pangan dan peneliti merekomendasikan optimalisasi konten dan literasi digital petani milenial di Indonesia.

Kata Kunci: Citra, Fungsi Humas, Smart farming, Strategi Komunikasi, Teori Retorika

**STRAEGY FOR ENHANCING THE IMAGE OF THE SMART FARMING
PROGRAM
(A CASE STUDY OF BADAN PENERAPAN DAN MODERNISASI
PERTANIAN, MINISTRY OF AGRICULTURE, YEAR OF 2024-2025)**

Livia Flourenita Agape

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

ABSTRACT

Indonesia's agricultural sector productivity is currently a major challenge for the Ministry of Agriculture (Kementan) in achieving Agriculture 4.0 modernization. Low technology understanding among farmers, limited digital literacy, and FAO predictions show the world's population will reach 9.6 billion, requiring a 70% increase in agricultural production – this poses a big challenge for Indonesia. This research focuses on strategies to improve the image of the Smart Farming Program. It applies Aristotle's Rhetoric theory (invention, arrangement, style, delivery, and memory), supported by government public relations concepts and communication strategy stages (research, planning, implementation, measurement, and reporting). It uses a qualitative descriptive approach with a case study method. Data was gathered through in-depth interviews with public relations informants from Badan Penerapan dan Modernisasi Pertanian (BRMP) in Central Java and Jakarta, observations, and analysis of documents from Insatgram, YouTube, and the official BRMP website. The results show BRMP effectively uses persuasive rhetoric theory through trendy visual content, field socialization, and collaborations like the Youth Entrepreneurship and Employment Support Services (YESS) Program. This strategy successfully builds a positive image aligned with Presidents Prabowo Subianto's Asta Cita for food self-sufficiency, despite challenges like limited digital infrastructure. In conclusion, BRMP's communication strategy successfully builds a positive image to support food self-sufficiency. The researcher recommends optimizing content and digital literacy for millennial farmers in Indonesia.

Key Words: *Communication Strategy, Image, Public Relation Function, Rhetoric Theory, Smart Farming*