

OTONOMI DALAM MENGHADAPI AGTECH

ALAT UNTUK MENANTANG NARASI INDUSTRI

A GROWING CULTURE & ETC GROUP
BEKERJA SAMA DENGAN LA VIA CAMPESINA DAN
THE ALLIANCE FOR FOOD SOVEREIGNTY IN AFRICA

Buklet ini disusun sebagai hasil kolaborasi antara A Growing Culture, ETC Group, La Vía Campesina, dan the Alliance for Food Sovereignty in Africa pada bulan Juli/August 2023. Kami berterima kasih atas kemitraan kami dengan Center for Story-based Strategy, dan dukungan dari The 11th Hour Project dalam menciptakan karya ini. Banyak gagasan yang disampaikan di sini tumbuh dari serangkaian lokakarya daring yang berlangsung pada musim semi 2023 antara A Growing Culture; ETC Group; La Vía Campesina; dan the Alliance for Food Sovereignty in Africa.

- 4 Gambaran Umum
- 8 Cara Menggunakan Alat Ini

01

KEKUATAN NARASI

- 11 Apa yang dimaksud dengan Narasi?
- 16 Asumsi
- 21 Emosi
- 25 Prinsip-prinsip Bercerita
- 27 Tantangan Bercerita
- 29 Peluang Bercerita

02

MENGUBAH NARASI AGTECH

- 34 Menganalisis Narasi Industri
- 40 Mengidentifikasi Kontra-Narasi
- 45 Mengangkat Narasi Alternatif
- 49 Pembingkaihan/Pembingkaihan Ulang (*Framing/Reframing*)

03

SUMBER (RESOURCES)

- 55 Bidang Utama *Agtech*
- 58 *Agtech*, Bagi Berbagai Sektor
- 60 Dasar-dasar Analisis Media

Saat ini, semakin banyak pengakuan akan pentingnya sistem pangan. Studi terbaru menunjukkan bahwa pertanian, dan perubahan penggunaan lahan yang terkait, adalah salah satu kontributor terbesar terhadap perubahan iklim. Sebagai tanggapan, perusahaan dan filantropi kini menginvestasikan miliaran dolar dalam inisiatif yang mereka klaim akan membawa kita ke arah masa depan yang lebih berkelanjutan. Namun, inisiatif-inisiatif tersebut tidak berfokus pada peralihan yang sungguh-sungguh dari pertanian yang bergantung pada bahan bakar fosil atau perbaikan tata kelola (bagaimana kekuasaan dan pengambilan keputusan didistribusikan). Sebaliknya, mereka memprioritaskan pengembangan dan penerapan teknologi pertanian industri baru yang berpotensi sangat menguntungkan. Namun, teknologi-teknologi ini dan tata kelola perusahaan yang menyertainya memiliki risiko yang sangat signifikan terhadap kedaulatan pangan, agroekologi, dan otonomi petani.

Petani di seluruh dunia telah menciptakan alat dan sistem (misalnya bajak, metode tumpang sari, pupuk hayati) untuk mengatasi tantangan dan kebutuhan mereka, selama pertanian telah ada. Faktanya, komunitas pertanian selalu terlibat dalam proses teknologi, karena mereka telah menemukan cara-cara baru untuk berhubungan dengan tanah dan satu sama lain. Namun, konsep “*agtech*” masih relatif baru.

Pada dasarnya, *agtech* adalah industri yang baru berkembang yang menggabungkan beberapa sektor – agribisnis, bioteknologi, teknologi digital/perangkat lunak, dan teknologi keuangan. Kita biasanya melihat *agtech* diiklankan dalam bentuk peralatan, praktik, dan platform pertanian modern “berteknologi tinggi” – mulai dari pertanian *drone*, robot pemanen, situs *agri-e-commerce*, hingga tanaman hasil rekayasa genetika. **Namun yang lebih penting lagi, *agtech* didorong ke depan dengan visi masa depan yang kuat – visi di mana perusahaan memiliki kendali lebih besar atas sistem pangan kita.**

Visi ini dirancang agar menarik bagi pemerintah dan institusi - sebagian karena visi ini membantu mereka menghindari keputusan kebijakan yang sulit terkait penggunaan bahan bakar fosil. Ini merupakan narasi yang digunakan untuk memfasilitasi aliran investasi miliaran dolar ke dalam

teknologi milik perusahaan yang semakin mengukuhkan dan memperluas kendali para aktor kuat dalam pertanian industri.

Para pendukung *Agtech* juga mengklaim bahwa teknologi mereka adalah kunci untuk memberi makan dunia dalam menghadapi peningkatan populasi dunia, peningkatan biaya input dan energi, degradasi tanah dan air, dan perubahan iklim, sambil memastikan pertumbuhan ekonomi. Namun, lintasan pertanian industri selama beberapa dekade terakhir menunjukkan bahwa hal tersebut hanyalah janji-janji palsu. Tiga puluh tahun yang lalu, istilah “*Genetically Modified Organism*” (GMO) diciptakan untuk membuat rekayasa materi genetika terdengar lebih masuk akal bagi masyarakat. Pada tahun 1994, GMO pertama kali diperkenalkan dengan janji bahwa GMO akan mengakhiri kelaparan di dunia, menurunkan harga banyak makanan, dan mengurangi penggunaan pestisida. Kenyataannya terbukti sangat berbeda: industri ini hanya berhasil memproduksi sejumlah kecil tanaman transgenik, yang sangat terkait dengan monokultur industri.¹⁰ Dalam perjalanannya, teknologi yang “merintis jalan” ini telah meninggalkan jejak kehancuran – tanah yang sekarat, penggunaan pestisida dan herbisida yang semakin beracun (contohnya dicamba), hilangnya keanekaragaman hayati yang belum pernah terjadi sebelumnya, siklus utang yang berputar, dan meningkatnya kasus bunuh diri petani.

Kebaruan dan daya tarik dari penawaran industri saat ini menyembunyikan kebenaran yang sederhana: hal ini tidak lebih dari sebuah perubahan nama dari sistem ekonomi dan politik eksploitatif yang sama yang sekarang mengancam kelangsungan hidup kita bersama. Namun demikian, rebranding tersebut sangat efektif dalam menangkap imajinasi pemerintah, investor, dan masyarakat di seluruh dunia, yang bersedia untuk percaya bahwa hal tersebut mewakili “masa depan pertanian”.

Saat ini, teknologi baru sedang disusun, dirancang, dan diimplementasikan dengan cepat, tanpa ada ruang untuk mempertimbangkan implikasi

10 Friends of the Earth Europe. (2022). “Fast-track to failure Will new GMOs reduce pesticide use?... NO!”.

dan konsekuensinya bagi para petani. Akibatnya, lanskap pertanian berubah dengan cepat, dan petani menghadapi ancaman yang semakin besar terhadap hak-hak dan kehidupan mereka. Oleh karena itu, menjadi semakin penting untuk memeriksa dan mengkritisi dorongan teknologi ini. Masyarakat petani sering kali dipaksa untuk memutuskan apakah akan mengadopsi alat yang dibuat jauh dari ladang mereka dan tanpa masukan dari mereka atau tidak.

Sering kali, teknologi mahal yang kita lihat menjadi pusat perhatian dalam dialog sistem pangan formal melayani kepentingan perusahaan yang menciptakannya dan mencabut hak-hak petani yang mereka klaim sebagai pendukungnya. Pekerjaan kita sebagai masyarakat sipil dapat berfokus pada menemukan cara untuk melawan dan menantang narasi korporasi ini – untuk merebut kembali dan menegaskan kembali suara, perspektif, dan nilai-nilai kita melalui cerita kita sendiri.



CATATAN TENTANG PENGGUNAAN ISTILAH "PETANI/FARMER"

Terdapat keragaman yang besar di antara mereka yang hidup dan bekerja dalam hubungan yang erat dengan tanah – dari petani skala kecil hingga penggembala, pemburu/pengumpul, hingga nelayan. Anggota gerakan kedaulatan pangan di seluruh dunia merangkul dan menggunakan berbagai macam bahasa untuk menyebut komunitas yang memproduksi makanan kita. Para penulis perangkat ini, bersama dengan sebagian besar mitra gerakan kami, lebih memilih istilah-istilah yang menjunjung tinggi dan mengangkat perbedaan – secara selektif menggunakan “petani kecil”, “petani/*peasant*”, dan “masyarakat adat” jika memungkinkan.

Namun, narasi yang mencoba menangkap kompleksitas dunia kita yang indah ini tidak mudah ditularkan. Kesederhanaan adalah hal yang paling penting untuk menciptakan pesan yang menarik yang dapat menantang status quo. Oleh karena itu, kami menggunakan istilah “petani/farmer” di seluruh perangkat ini. Tentu saja, ini adalah istilah yang luas yang memiliki arti yang sangat berbeda dalam konteks yang berbeda. Kami telah mengorbankan beberapa nuansa tersebut – bukan karena kami tidak percaya bahwa hal tersebut penting, namun karena kami ingin memastikan bahwa pesan-pesan kami sampai kepada para pembaca.

BAGAIMANA CARA MENGGUNAKAN ALAT INI

A Growing Culture dan ETC Group menciptakan seperangkat alat ini untuk mensintesis wawasan gerakan sosial dan komunikator masyarakat sipil dan menawarkan cara-cara untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap narasi *agtech* perusahaan. Karena ada begitu banyak teknologi baru yang diajukan setiap tahun dan mengingat bahwa setiap teknologi membutuhkan waktu dan pengetahuan yang mendalam untuk memahaminya, kami mengusulkan metode intervensi yang tidak terlalu berfokus pada detail teknis dari setiap produk ini dan lebih berfokus pada cerita dan narasi yang berpengaruh yang digunakan untuk menjualnya. Kami menyajikan strategi untuk mengidentifikasi bagaimana narasi populer seputar teknologi bekerja, dampak dan implikasinya, apa yang membuat mereka berkuasa, dan bagaimana kita dapat mengambil alih.

Seperangkat alat ini adalah hasil dari serangkaian lokakarya naratif yang diadakan antara bulan April dan Juli 2023, yang menampilkan anggota La Via Campesina dan the Alliance for Food Sovereignty in Africa. Kami telah melakukan yang terbaik untuk meringkas analisis yang luar biasa dari para peserta lokakarya dan mengedepankan peluang untuk memanfaatkan analisis tersebut untuk tujuan komunikasi kami.

Proyek ini tidak akan mungkin terlaksana tanpa bimbingan dari Center for Story-based Strategy dan dukungan dari 11th Hour Foundation. Kami juga berterima kasih kepada Polden-Puckham Charitable Foundation dan sumber daya CS Fund yang telah berkontribusi dalam proyek ini.

01

KEKUATAN NARASI



APA YANG DIMAKSUD DENGAN NARASI?

Agtech menjual visinya tentang masa depan melalui cerita. Meskipun bukti menunjukkan bahwa solusi *agtech* telah merampas hak-hak komunitas pertanian di seluruh dunia, jutaan orang percaya bahwa teknologi ini akan menjadi penyelamat kita bersama. Untuk menentang keyakinan tersebut, kita perlu membuat dan membagikan lebih banyak cerita menarik yang dapat meyakinkan orang bahwa dunia lain itu mungkin dan layak diperjuangkan. Pertama, kita perlu menetapkan apa yang kita maksud dengan cerita dan narasi.

CERITA

Kita selalu dikelilingi oleh informasi. Kita selalu berhubungan dengan lingkungan kita – dengan makhluk hidup lain dan sistem kehidupan – dan mencoba memahami dunia. Kita bercerita untuk memproses semua informasi yang kita terima setiap hari. Cerita-cerita ini cenderung tentang karakter dan situasi. Cerita-cerita tersebut adalah sistem informasi, yang merajut siapa, apa, di mana, kapan, bagaimana, dan mengapa hal-hal yang terjadi di sekitar kita ke dalam bentuk yang dapat dengan mudah ditransmisikan kepada orang lain.

Sebagai contoh, berita utama berikut ini adalah cerita tentang Jeff Bezos yang berkomitmen untuk mengucurkan dana miliaran dolar untuk menghadapi isu perubahan iklim. Hal ini melibatkan waktu, tempat, dan serangkaian karakter dan keadaan tertentu.



NARASI/PEMBINGKAIAN

Dengan munculnya berbagai bentuk media, terutama media digital, kita disuguhi lebih banyak cerita daripada yang bisa kita cerna. Kuncinya adalah menemukan cerita bersama yang menghubungkan kita, memberi kita rasa makna dan tujuan bersama, menyelaraskan pemahaman kita, dan bekerja untuk mencapai visi bersama. Di sinilah narasi berperan. Narasi bukan hanya tentang hal-hal yang terjadi pada karakter dalam waktu dan tempat tertentu – narasi mendefinisikan bingkai yang kita gunakan untuk melihat cerita.

Cara mudah untuk berpikir tentang *pembingkai* adalah melalui fotografi. Saat mengambil foto, kita melihat melalui jendela bidik dan menentukan apa yang kita inginkan dalam gambar. Kita memilih siapa/apa yang akan disertakan dan siapa/apa yang akan ditinggalkan. Kita memilih siapa/apa yang berada dalam fokus dan siapa/apa yang berada di luar fokus. Kita juga memilih momen untuk mengambil foto – pada saat itu, subjek dapat memiliki gerakan, ekspresi, atau interaksi yang berbeda, yang mengarah pada interpretasi yang sangat berbeda oleh pemirsa. Dengan kata lain, bingkai adalah konteks yang menempatkan cerita lain ke dalam perspektif. Bingkai menciptakan sudut pandang yang menentukan cerita mana yang harus diperhatikan, apa yang harus dipercaya dan apa yang harus diabaikan, apa yang harus ditantang dan apa yang harus diangkat.

Janji iklim Jeff Bezos adalah sebuah cerita yang berakar pada konteks tertentu (siapa/apa/kapan/dimana/mengapa). Namun, kita dapat membayangkan beberapa bingkai narasi yang dapat menempatkan cerita seperti ini ke dalam perspektif dan menawarkan sudut pandang yang menentukan bagaimana perasaan kita terhadap cerita tersebut.

Beberapa narasi yang potensial meliputi:

NARASI 01:

Miliarder seperti Jeff Bezos memiliki sumber daya dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan krisis iklim.

NARASI 02:

Miliarder seperti Jeff Bezos adalah penyebab utama krisis iklim.

Apakah Anda lebih yakin dengan Narasi 01 atau Narasi 02 memiliki implikasi yang besar terhadap bagaimana Anda menerima cerita tentang Bezos. Jika Anda percaya Narasi 01, Anda cenderung merasa penuh harapan dengan berita utama tentang komitmennya sebesar US\$10 miliar. Jika Anda percaya Narasi 02, Anda cenderung merasa frustrasi dan akan lebih terpengaruh oleh berita utama seperti ini:



(Trans: Bagaimana Para Orang Terkaya di Dunia Mendorong Pemanasan Global)

Siapa pun yang mengendalikan bingkai tersebut memiliki kekuatan yang sangat besar. Bingkai yang menopang sistem penindasan (misalnya kolonialisme, kapitalisme, imperialisme, supremasi kulit putih, dan patriarki) telah bertahan selama berabad-abad, bahkan lebih lama lagi, karena telah diperkuat dan ditegakkan oleh mereka yang memiliki kepentingan untuk mempertahankan struktur kekuasaan yang tidak adil.

MENGUBAH NARASI

Untuk mengubah cara pandang orang terhadap dunia dan untuk mengkatalisasi tindakan, kita harus mengubah narasinya. Kita harus menawarkan kepada orang-orang sebuah kerangka, sudut pandang, dan cara pandang yang baru. Kerangka baru kita harus memiliki makna bagi orang-orang – memungkinkan mereka untuk memahami dunia lebih baik daripada yang bisa mereka lakukan melalui kerangka yang dominan. Keberhasilan kita dalam perubahan narasi bergantung pada kemampuan kita untuk memahami dengan jelas kerangka dominan (perusahaan/ lembaga) dan logika yang membuatnya menarik. Setelah kita memiliki kejelasan tersebut, tujuannya adalah membingkai ulang dan menciptakan narasi baru – mencari cara untuk membalik logika dari narasi dominan tersebut. Tantangannya adalah melakukan hal tersebut tanpa jatuh ke dalam perangkap untuk memperkuat nilai-nilai dan keyakinan dari narasi dominan. Mari kita ambil sebuah contoh:

PEMBINGKAIAN

Seorang miliarder merupakan hasil dari kerja keras.

PEMBINGKAIAN KEMBALI

Seorang miliarder merupakan hasil dari eksploitasi para pekerja keras.

ASUMSI

Bingkai narasi sangat kuat karena mereka menentukan sudut pandang yang kita gunakan untuk melihat cerita, yang merupakan cara kita memaknai dunia. Namun, bingkai ini hanya berfungsi jika terhubung dengan ide-ide yang sudah ada di dalam pikiran kita. Katakanlah sebuah perusahaan minyak mencoba membuat orang bersemangat tentang sumur minyak lepas pantai baru. Bingkai narasi ini tidak mungkin meyakinkan seseorang bahwa ini adalah hal yang baik jika orang tersebut percaya bahwa krisis iklim itu nyata dan terutama disebabkan oleh ekstraksi dan pembakaran bahan bakar fosil. Namun, bingkai narasi ini mungkin dapat meyakinkan seseorang yang skeptis terhadap perubahan iklim bahwa manfaat ekonomi dari proyek ini lebih besar daripada biaya lingkungannya.

Ketika kita berbicara tentang *hal-hal yang perlu Anda percayai untuk menerima sebuah cerita*, kita berbicara tentang asumsi. Setiap cerita berakar pada asumsi atau *hal-hal yang Anda terima sebagai kebenaran tanpa perlu dipertanyakan lagi*. Terkadang asumsi terkait dengan bukti – dengan informasi yang telah kita lihat atau dengar tentang apakah sesuatu itu nyata atau mungkin terjadi. Di lain waktu, asumsi tidak demikian.

Beberapa asumsi yang populer dan bermasalah antara lain:

1. Kebijakan yang baik untuk perusahaan besar dan individu kaya adalah baik untuk semua orang. (Contoh yang populer adalah “ekonomi *trickle-down*”).
2. Peraturan pemerintah tentang bisnis besar merugikan semua orang.
3. Negara-negara miskin berjuang karena mereka tidak “maju”. Negara-negara tersebut tidak memiliki pengetahuan dan keahlian untuk melakukan industrialisasi dan menciptakan infrastruktur yang dibutuhkan untuk tumbuh.
4. Orang-orang miskin karena mereka malas dan tidak mau bekerja.

Asumsi bisa berupa informasi, tetapi bisa juga berupa nilai dan keyakinan. Dengan kata lain, asumsi bukan hanya tentang apa yang realistis atau mungkin terjadi, tetapi juga tentang apa yang diinginkan – apa yang sejalan dengan pemahaman kita tentang dunia yang ingin kita tinggali.

Banyak asumsi yang umum dalam narasi *agtech*, tetapi ada satu asumsi yang sangat umum dan kuat:

Jika kita memproduksi cukup makanan, tidak akan ada kelaparan.

Tanpa asumsi ini, tidak ada satu pun narasi industri seputar *agtech* yang memiliki bobot. Satu-satunya alasan mengapa perusahaan, pemerintah, dan institusi dapat terus mengklaim bahwa inovasi teknologi adalah solusi untuk mengatasi kelaparan adalah karena mereka melihat kelaparan bukan sebagai masalah struktural, melainkan sebagai masalah teknis – masalah hasil panen yang sederhana. Asumsi ini telah menjadi inti dari Revolusi Hijau sejak awal. Asumsi ini berakar pada mitos bahwa pertumbuhan populasi melebihi hasil panen dan bahwa orang-orang akan kelaparan tanpa cara untuk meningkatkan produksi pangan secara dramatis.

Saat ini, narasi industri memanfaatkan krisis iklim untuk lebih menggarisbawahi masalah ini. Fakta bahwa peristiwa iklim ekstrem dapat membahayakan seluruh panen digunakan untuk menekankan urgensi dalam menemukan cara-cara baru untuk meningkatkan produksi pangan. Ada saran implisit dalam narasi industri bahwa, bahkan jika kelaparan memang memiliki dimensi politik, ancaman perubahan iklim yang mendesak membuatnya tidak realistis untuk mengejar solusi politik. Hal ini pada akhirnya berakar pada asumsi tambahan: perusahaan swasta lebih efisien dalam menciptakan perubahan sosial daripada pemerintah.

BUKTI

Anggapan bahwa kelaparan disebabkan oleh rendahnya produksi pangan adalah salah. Kita sudah memproduksi cukup makanan untuk memberi makan setiap manusia di planet ini.¹⁰ Lebih banyak makanan yang diproduksi per kapita saat ini dibandingkan dengan waktu-waktu lain dalam sejarah – cukup untuk memenuhi kebutuhan lebih dari 10 miliar orang, perkiraan populasi tertinggi yang diperkirakan pada tahun 2050.¹¹

Secara teori, ini seharusnya menjadi era kemakmuran yang luar biasa. Namun sebaliknya, jumlah orang yang kelaparan terus meningkat: setidaknya 783 juta¹² orang mengalami kelaparan atau kekurangan gizi, dan karena cara-cara yang digunakan oleh Lembaga-lembaga untuk mengukur kelaparan sangat beragam, angka tersebut bahkan bisa mencapai 2,5 miliar.¹³

CONTOH

Untuk menantang hubungan antara produksi pangan dan kelaparan, pertimbangkan kasus dua kelaparan yang berbeda di India pada akhir tahun 1800-an:

Jason Hickel menulis bahwa Ketika Inggris menjajah India, mereka memperlakukan system pertanian baru, mendorong para petani untuk membudidayakan tanaman untuk pasar ekspor, dan bukannya untuk kebutuhan hidup. Untuk membuat para petani India lebih “produktif”, para penjajah Inggris mendorong desa-desa untuk menjual cadangan biji-bijian mereka,

10 Eric Holt-Gimenez et al. (2012). “We Already Grow Enough Food for 10 Billion People ... and Still Can't End Hunger”. *Journal of Sustainable Agriculture*.

11 Eric Holt-Gimenez et al. (2012). “We Already Grow Enough Food for 10 Billion People ... and Still Can't End Hunger”. *Journal of Sustainable Agriculture*.

12 UNFoodandAgricultureOrganisation.(2023).“122millionmorepeoplepushedintohungersince2019duetomultiplecrises, reveals UN report”.

13 Hickel,Jason.(2019).TheDivide:GlobalInequalityfromConquesttoFreeMarkets.W.W.Norton&Company.

dan menutup lahan dan sumber air bersama. Cadangan dan sumber daya umum ini sebelumnya berfungsi sebagai jaring pengaman ketika kekeringan datang, memungkinkan komunitas pertanian untuk bertahan hidup.

Namun karena privatisasi dan orientasi ekspor yang dipaksakan oleh Inggris, ketika El Niño tiba pada tahun 1876 dan membawa kekeringan selama tiga tahun, sepuluh juta orang India meninggal karena kelaparan.¹⁴ Ketika El Niño datang kembali pada tahun 1896, Sembilan belas juta orang India meninggal karena kelaparan. Total korban tewas dalam dua bencana kelaparan akibat kekeringan ini adalah 29 juta jiwa.¹⁵

Akan sangat mudah untuk mengasumsikan bahwa 29 juta orang India meninggal karena kekurangan makanan di negara tersebut. Tapi seperti yang dikatakan Hickel:

“Bahkan selama puncak kekeringan, negara ini memiliki surplus bersih makanan – ada lebih dari cukup untuk memberi makan seluruh penduduk, hanya perlu dipindahkan ke daerah yang tepat. Namun, sistem kereta api, yang mengikuti logika pasar, digunakan oleh para pedagang untuk mengirimkan gandum dari daerah pedalaman ke gudang-gudang pusat di mana gandum tersebut dapat dijaga dari kelaparan dan dikirim ke Eropa”¹⁶

“Pada tahun 1877 dan 1878, selama tahun-tahun terburuk dari kekeringan pertama, mereka mengirimkan rekor 6,4 juta ton gandum India ke Eropa daripada meringankan kelaparan di India.”¹⁷

14 Hickel, Jason. *The Divide*.

15 Hickel, Jason. *The Divide*.

16 Hickel, Jason. *The Divide*.

17 Hickel, Jason. *The Divide*.

EMOSI

Kisah-kisah dalam industri *Agtech* teknologi cenderung sangat efektif dalam memanfaatkan dua emosi dasar yang kuat, yaitu rasa takut dan harapan.

Lebih dari segalanya, orang cenderung takut akan rasa tidak aman. Kita takut tidak dapat memberi makan diri kita sendiri dan anak-anak kita. Dengan adanya ketimpangan ekonomi yang sangat besar yang telah tercipta saat ini, dan ancaman langsung dari krisis iklim, rasa takut akan kelaparan dan kelaparan semakin menjadi-jadi. Apa yang telah dilakukan oleh perusahaan, pemerintah, dan lembaga-lembaga dengan sangat baik adalah meyakinkan masyarakat bahwa tanpa pertanian industri, akan terjadi kelaparan yang meluas. Saat ini, secara bertahap menjadi lebih umum untuk melihat para pendukung pertanian industri menunjukkan beberapa kekurangannya (seperti erosi tanah yang disebabkan oleh penggunaan bahan kimia yang intensif), tetapi mereka tidak pernah mengungkapkan sedikit pun keraguan bahwa pertanian industri masih diperlukan untuk memberi makan dunia.

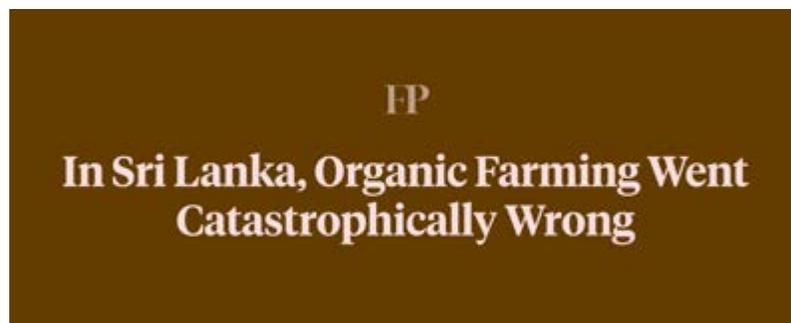
Narasi yang dominan menunjukkan bahwa pertanian industri yang paling buruk adalah “kejahatan yang diperlukan”. Sebagus-bagusnya, pertanian adalah penyelamat yang baik hati. Sebab narasi-narasi ini telah secara efektif meyakinkan orang bahwa pertanian industri diperlukan untuk mencegah kelaparan, maka sangat sulit untuk membujuk orang untuk menyerukan pembongkaran atau transformasi radikal sistem pangan industri. Ketakutan akan kelangsungan hidup, secara alamiah, dapat dengan mudah mengalahkan semua pertimbangan nilai lainnya. Jika orang berpikir bahwa perubahan sistemik akan mengancam kemampuan mereka untuk memberi makan diri mereka sendiri atau keluarga mereka, mereka cenderung menentangnya, atau setidaknya sangat kecil kemungkinannya untuk memperjuangkannya. Dengan cara ini, agribisnis dengan cerdas memposisikan dirinya sebagai sumber harapan utama kita. Jika kita takut akan dunia tanpa industri pertanian, maka akan lebih mudah untuk berharap pada perbaikan teknologi yang terus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan.

CONTOH

Pada tahun 2022, Sri Lanka mengalami krisis ekonomi dan pangan terbesar sejak kemerdekaannya. Narasi yang muncul untuk menjelaskan krisis tersebut berpusat pada larangan impor pupuk dan pestisida kimia oleh pemerintah Sri Lanka pada tahun 2021, dan transisi dalam semalam untuk memproduksi 100% produk organik. Kegagalan kebijakan pertanian organik Sri Lanka semakin banyak digunakan sebagai studi kasus untuk menunjukkan keberhasilan sistem pangan industri, dan krisis pangan yang tak terelakkan yang akan terjadi setelah transisi ke pertanian organik.



(trans. Terjunnya Sri Lanka ke Pertanian Organik Membawa Bencana)



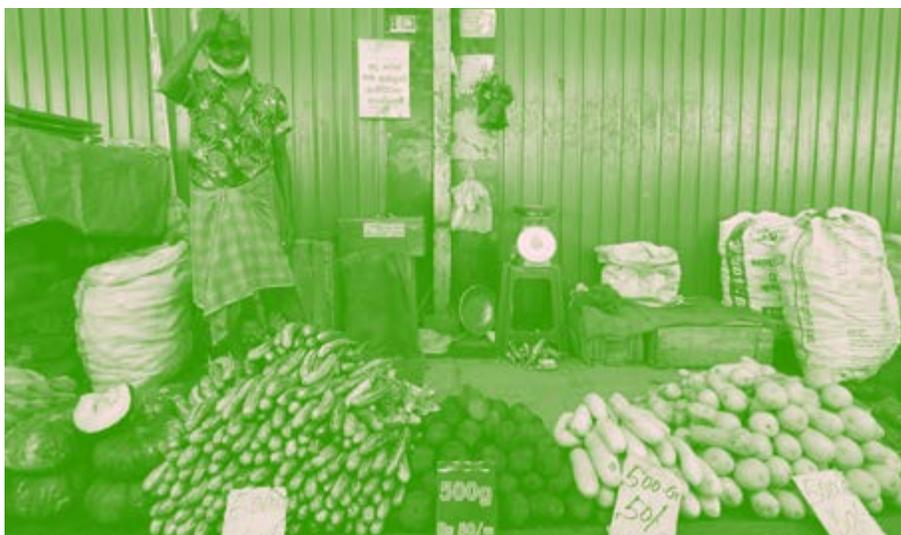
(trans. Di Sri Lanka, Pertanian Organik Menjadi Bencana Besar)



(trans. Krisis di Sri Lanka Menghidupkan Kembali Perdebatan Mengenai Pertanian Organik)

Tentu saja, ada cara yang sama sekali berbeda untuk membingkai cerita ini. Kita dapat memusatkan perhatian pada bagaimana pemerintahan kolonial Inggris merestrukturisasi sistem pangan Sri Lanka untuk memenuhi kebutuhan pasar Eropa, yang secara sistematis menghancurkan sebagian besar keanekaragaman hayati asli Sri Lanka dan ketahanan pangan lokal. Kita dapat mendiskusikan bagaimana restrukturisasi ini membuat Sri Lanka bergantung pada impor bahan makanan penting pasca kemerdekaan, dan memaksa negara ini untuk sangat bergantung pada pinjaman untuk mengatasi ketidakseimbangan perdagangan yang terus meningkat dan membangun infrastruktur publik. Kita dapat menggarisbawahi bagaimana pinjaman Sri Lanka bergantung pada kebijakan penyesuaian struktural IMF, yang mendorong Sri Lanka untuk mengurangi pengeluaran pemerintah, memangkas subsidi, menghapuskan kontrol harga, mendevaluasi rupee, dan meliberalisasi nilai tukar. Kita juga dapat berbicara tentang bagaimana penerapan Revolusi Hijau pada tahun 1960-an dan 70-an semakin merusak tanah, memaksa petani untuk berhutang, meningkatkan ketergantungan ekspor pada beberapa tanaman komersial, dan mengacaukan harga pangan.

Namun, bingkai narasi yang dominan sebagian besar mengabaikan sejarah politik yang lebih kompleks ini dan lebih memusatkan perhatian pada satu perubahan kebijakan (pergeseran ke pertanian organik). Akibatnya, hal ini sangat berhasil dalam meningkatkan skeptisisme dan ketakutan di sekitar keinginan negara mana pun untuk membuat perubahan serupa.



PRINSIP BERCERITA

MENULIS UNTUK WISATAWAN, BUKAN UNTUK PURITAN

Dalam sebuah gerakan, karena kita terus menerus berdiskusi dan mengorganisir isu-isu sistemik yang kompleks, kita akan mudah menerima begitu saja bahwa orang lain tahu dan peduli dengan isu-isu yang sama. Jika kita berasumsi bahwa audiens kita peduli, kita tidak mungkin membuat argumen yang paling jelas dan tajam, dan kemungkinan besar hanya akan menjangkau orang-orang yang sudah menjadi bagian dari perjuangan. Kita bisa menganggap audiens ini sebagai “puritan” – orang-orang yang memiliki basis pengetahuan, pandangan, dan keyakinan yang sama dengan kita. Jika kita hanya membuat cerita untuk kalangan puritan, kita tidak akan bisa menjangkau audiens yang mungkin lebih terdorong atau diyakinkan oleh narasi pertanian industri. Taruhan terbaik kita adalah jangan pernah berasumsi bahwa audiens tahu tentang topik tersebut atau peduli tentang topik tersebut. Sebaliknya, kita dapat fokus untuk menjangkau para “wisatawan” – orang-orang yang hanya memiliki sedikit pengetahuan, pandangan, dan keyakinan yang sama dengan kita; yang hanya mengetahui sedikit atau bahkan tidak mengetahui sama sekali tentang isu yang sedang dibahas. Jika kita ingin menjangkau mereka, kita harus menemukan cara untuk membuat cerita kita sederhana, berani, dan cukup mudah diakses untuk membuat “wisatawan” ingin berhenti dan memperhatikan.

MENARIK, BUKANNYA MENDORONG

Sebab kita sangat percaya pada perjuangan kita, kita mungkin tergoda untuk menginginkan audiens kita untuk segera “berada di pihak kita”. Namun, tergantung pada latar belakang mereka, audiens tersebut mungkin memiliki banyak pembelajaran dan ketidakpahaman yang harus dilakukan untuk melihat segala sesuatu dari sudut pandang yang berbeda. Jika kita mencoba memaksa mereka untuk melihat sesuatu dengan cara kita – jika kita mengatakan kepada mereka bahwa versi mereka tentang realitas itu salah – mereka mungkin akan merasa terasing. Sebaliknya, kita memiliki kesempatan untuk membuat cerita yang mengenali, menghargai, dan bertemu dengan audiens kita di tempat mereka berada, dan menciptakan jalan bagi mereka untuk membuka diri terhadap cara-cara baru dalam memahami dunia.

DITUNJUKKAN, JANGAN DIBERITAHU

Orang cenderung tidak mengubah perspektif mereka hanya dengan menerima informasi baru. Sebagian besar dari kita dapat melihat dunia dengan cara yang baru hanya setelah memiliki pengalaman langsung. Cerita kita dapat menjadi katalisator perubahan jika kita menggunakannya untuk menyampaikan tidak hanya informasi, tetapi juga pengalaman. Kisah-kisah itu hidup. Dengan menggunakan gambar yang jelas, bahasa deskriptif, dan detail sensorik, kita dapat membuat cerita menjadi lebih nyata, dan memberi kesempatan kepada audiens untuk merasa seolah-olah mereka adalah bagian dari cerita tersebut.

CERITA DAN NARASI ITU HIDUP

Seperti halnya benih, cerita dan narasi membawa kenangan budaya kita. Dan seperti halnya benih, agar cerita dan narasi kita dapat tumbuh dan menyuburkan kita, kita harus membiarkannya beradaptasi dan berevolusi dengan kondisi dan pemahaman baru. Cerita dan narasi tidak dimaksudkan untuk mengunci kita ke dalam persepsi yang statis dan tidak berubah tentang realitas; sebaliknya, cerita dan narasi adalah kesempatan untuk merespons dunia yang kompleks dan dinamis di sekitar kita. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk selalu terbuka terhadap perubahan cerita dan narasi kita.

TANTANGAN BERCERITA

Menciptakan cerita yang menarik untuk melawan narasi industri agtech memiliki kesulitan tersendiri. Perhatikan beberapa hal berikut ini:

MENYANGKAL KLAIM INDUSTRI

Industri agtech mengklaim, entah itu benar atau tidak, bahwa produk mereka menghasilkan makanan yang lebih tinggi, lebih bergizi, dan lebih baik dalam beradaptasi dengan iklim. Industri ini memiliki tim ilmuwan yang telah terkooptasi dan siap untuk membuat penelitian yang diperlukan untuk mempertahankan klaim-klaim ini. Sangat mudah bagi masyarakat sipil untuk ditarik ke dalam posisi di mana mereka merasa berkewajiban untuk menyanggah dan mendiskreditkan klaim-klaim yang salah, yang sangat memakan waktu untuk gerakan dengan sumber daya yang lebih sedikit.

KOOPTASI KEBERLANJUTAN/BAHASA REGENERATIF

Industri agtech sangat efektif dalam mengkooptasi narasi seputar alternatif pertanian industri. Contohnya adalah “pertanian regeneratif” dan “solusi berbasis alam”. Kadang-kadang industri ini bahkan menggunakan istilah agroekologi untuk menggambarkan pertanian berteknologi tinggi dengan input rendah, yang diintegrasikan dengan praktik-praktik seperti tumpang sari. Contoh ekstrem dari kooptasi dapat mengaburkan lanskap penceritaan dan menyulitkan untuk menentukan apakah cerita yang sedang dipromosikan selaras dengan gerakan pangan atau tidak.

DAYA TARIK KEBARUAN

Solusi agtech memiliki daya tarik karena selalu tampak baru. Ide-ide yang baru sering kali diasumsikan lebih baik secara default. Hal ini menciptakan rasa optimisme dan kepercayaan bahwa para ilmuwan dan ahli memiliki sesuatu di tangan mereka, yang dapat menjadi emosi yang kuat ketika orang-orang merasa kewalahan dalam menghadapi berbagai krisis sosial dan ekologi. Kebaruan juga menciptakan daya tarik media secara instan – produk baru dianggap “layak diberitakan” dengan cara yang tidak dimiliki oleh teknik pertanian tradisional.

MENAMPILKAN GERAKAN SEBAGAI KARAKTER

Jenis-jenis cerita yang suka diangkat dan dipublikasikan oleh media sering kali berfokus pada karakter-karakter individu. Sebagai penonton, kita tertarik pada cerita-cerita individu, karena cerita-cerita tersebut membantu kita untuk berhubungan, bersimpati, dan membangkitkan emosi. Sebagai sebuah gerakan, cerita-cerita kita tidak dapat didefinisikan melalui satu individu – cerita-cerita tersebut harus bersifat kolektif. Tantangannya adalah untuk dapat merepresentasikan gerakan sebagai karakter yang menarik dan mudah dipahami sehingga orang-orang dapat peduli tanpa mereduksi keseluruhan gerakan menjadi satu individu atau juru bicara.

DAYA PIKAT VISI TEROWONGAN

Ketika kita dibanjiri informasi tentang begitu banyak krisis yang akan terjadi, mempersempit fokus kita bisa menjadi hal yang menenangkan. Perbaikan teknologi mengandalkan kenyamanan ini. Kita telah menjadi semakin terasing dari keputusan tata kelola dan terbiasa dengan aspek kehidupan kita yang diubah melalui teknologi baru. Sudah menjadi hal yang lumrah untuk menanggapi penyebutan masalah dengan pernyataan: “Ada aplikasi untuk itu.” Solusi teknologi bersifat konkret, nyata, dan segera, berbeda dengan perubahan politik dan sosial. Kita memahami kausalitas dengan lebih mudah. Solusi teknologi juga mempersempit bingkai pandang dengan cara yang memudahkan kita untuk menyembunyikan penyebab masalah dan menghindari melemparkan atau mengakui kesalahan, yang semuanya membuat cerita-cerita ini lebih sederhana untuk dikaitkan.

PELUANG BERCERITA

MENUNJUKKAN GAMBARAN BESAR

Narasi gerakan sering kali menjadi paling kuat ketika mereka memperkecil untuk melihat gambaran besar, dengan menggunakan pandangan holistik dari sistem sosial, ekonomi, politik, dan ekologi. Melihat sebuah skenario dengan cara yang sangat sempit dapat membuat perbaikan teknologi tampak masuk akal, tetapi begitu bingkai diperlebar untuk mengungkapkan gambaran besar, banyak bentuk teknologi yang terungkap menyebabkan lebih banyak masalah daripada yang mereka selesaikan, jika mereka benar-benar menyelesaikan masalah sama sekali.

RENTANG EMOSIONAL

Sebagai gerakan sosial yang berjuang untuk perubahan yang sebenarnya, kita cenderung untuk merangkul penamaan akar masalah dan penindas. Konflik dapat menjadi sesuatu yang menakutkan, tetapi juga membuat cerita menjadi menarik dan menginspirasi. Dengan cara ini, cerita-cerita gerakan dapat menarik dari rentang emosi yang lebih luas daripada narasi industri, karena tujuannya adalah untuk memobilisasi masyarakat dan menginspirasi tindakan daripada menjual produk.



MEMUSATKAN POLITIK TEKNOLOGI

Perdebatan seputar teknologi pertanian cenderung berpusat pada apakah teknologi tersebut “baik” atau “buruk” bagi masyarakat. Industri agribisnis senang untuk menjaga percakapan dalam batas-batas apakah suatu produk lebih efisien, tangguh, bergizi, dan produktif, atau praktik mana yang paling efektif (industri, organik, agroekologi). Dengan cara ini, mereka menjaga agar percakapan tetap fokus pada pertanyaan-pertanyaan teknis. Meskipun terkadang perlu untuk membahas secara rinci kekuatan atau kelemahan suatu teknologi, namun biasanya akan lebih strategis jika menghindari jebakan untuk memperdebatkan klaim-klaim industri dan lebih fokus pada pertanyaan-pertanyaan besar tentang kedaulatan, kepemilikan, dan kontrol.

Memusatkan perhatian pada politik teknologi juga dapat membuat narasi masyarakat sipil menjadi lebih sulit untuk dikooptasi oleh industri dan pemerintah. Kooptasi narasi agak tidak dapat dihindari, karena ini adalah strategi industri standar, tetapi jauh lebih sulit ketika kita menjaga fokus narasi kita sendiri dengan kuat pada pertanyaan-pertanyaan politik seputar kepemilikan dan kontrol. Sangat tidak mungkin bagi perusahaan untuk secara kredibel mengklaim bahwa teknologi mereka dapat benar-benar dimiliki dan dikendalikan oleh masyarakat. Gerakan-gerakan berada di atas angin ketika mereka membingkai perdebatan dalam kerangka pengaturan politik dan hubungan kekuasaan.

community-owned and controlled. Movements have the upper hand when they frame the debate in terms of political arrangements and power relationships.

02

**MERUBAH
NARASI
AGTECH**



Dalam rangkaian lokakarya naratif yang diselenggarakan antara bulan April dan Juli 2023, para peserta dari berbagai gerakan dan organisasi mengkaji serangkaian kisah agtech korporat yang berbeda. Tujuan umum kami adalah mengidentifikasi narasi industri inti yang menjadi inti dari kisah-kisah yang berbeda ini.

Narasi industri yang kami identifikasi adalah:

- 1. Teknologi akan menyelamatkan kita.**
- 2. Perusahaan mendorong inovasi.**
- 3. Petani adalah pengusaha.**

Untuk mulai mengubah bingkai industri, kami mengusulkan dua strategi yang berbeda. Salah satunya adalah dengan menggunakan narasi tandingan untuk secara langsung menentang dan menantang narasi dominan. Strategi kedua adalah dengan mengedepankan narasi alternatif.

Narasi tandingan yang kami identifikasi adalah:

- 1. Korporasi agtech = pendorong**
- 2. Pengusaha agribisnis = konsumen yang terkungkung**

Narasi alternatif yang ingin kami angkat adalah:

- 1. Pertanian adalah penentuan nasib sendiri**

Di halaman-halaman berikut, kami menguraikan narasi-narasi yang berbeda ini.

MENGANALISIS NARASI INDUSTRI

Narasi Industri 01: “PETANI MERUPAKAN PENGUSAHA”

Perusahaan, pemerintah, dan institusi yang mendorong agenda agtech menunjukkan bahwa satu-satunya cara untuk memikirkan pertanian adalah sebagai bisnis. Kita dapat menganggap hal ini sebagai pergeseran dari pertanian ke agribisnis. Agribisnis berkaitan dengan satu pertanyaan: Bagaimana kita dapat memproduksi lebih banyak makanan dengan biaya yang lebih rendah? Singkatnya, mereka mendefinisikan tujuan pertanian sebagai menghasilkan uang sebanyak mungkin. Nilai-nilai sosial, ekologi, dan politik tidaklah penting.

Kita sering melihat klaim bahwa petani tidak produktif, tidak menguntungkan, atau tidak sukses karena mereka gagal menganggap diri mereka sebagai wirausahawan dan membuat keputusan bisnis yang “cerdas”. Kerangka ini terutama dipasarkan kepada generasi muda masyarakat pedesaan. Ini merupakan strategi untuk mengindoktrinasi, mendorong petani muda untuk melihat diri mereka sendiri sebagai “pelaku bisnis”, dan mengesampingkan sistem subsisten yang “terbelakang” di mana mereka dibesarkan. Strategi ini secara efektif menciptakan budaya di mana petani muda didorong untuk meremehkan orang tua dan orang yang lebih tua karena praktik pertanian mereka yang “ketinggalan zaman”, dan memberikan tekanan pada generasi yang lebih tua untuk mengadopsi pandangan “maju” dari anak-anak mereka.

Perusahaan menjual gagasan bahwa petani yang tetap berakar pada praktik swasembada terjebak di masa lalu, menghambat dan memiskinkan komunitas mereka dan diri mereka sendiri. “Pengusaha” berarti menjadi “berdaya”. Ini berarti membuat keputusan bisnis yang akan memberikan petani pendapatan yang mereka butuhkan untuk menjadi lebih bebas dan menjamin kebebasan anak-anak mereka. “Pengusaha” telah menjadi identik dengan “mandiri”. Tidak mudah untuk menantang gagasan “kewirausahaan”, karena hal ini dapat membuat petani merasa lebih bermartabat, di saat pertanian begitu direndahkan, dan anak-anak diajari bahwa mereka harus meninggalkan kehidupan pertanian pedesaan mereka untuk maju dan berkembang.

Narasi Industri 02: “TEKNOLOGI AKAN MENYELAMATKAN KITA”

Ini adalah narasi “*technofix*” – gagasan bahwa teknologi adalah satu-satunya cara untuk memecahkan masalah struktural yang kompleks. Gagasan bahwa kita dapat “berinovasi” untuk keluar dari masalah apa pun sangat menarik - pertama, karena berakar pada optimisme dan harapan; kedua, karena mendorong kita untuk mengarahkan fokus kita dari akar masalah (yang akan membutuhkan perubahan status quo) dan menuju perbaikan yang cepat. Perbaikan teknologi menghibur penonton dengan meyakinkan mereka bahwa mereka tidak perlu mengubah sikap dan perilaku mereka, dan bahwa “para pakar” dapat menemukan jalan keluar dari krisis apa pun.

Bingkai ini mengaburkan sejarah. Bingkai ini mungkin mengakui bahwa teknologi masa lalu telah menciptakan masalah yang sekarang harus kita tangani, namun tidak pernah mempertimbangkan apakah masalah tersebut menunjukkan kegagalan sistemik. Sebaliknya, ia membingkai masalah yang diciptakan oleh teknologi masa lalu sebagai “tidak dapat dihindari” atau setidaknya tidak perlu difokuskan. Perusahaan dan institusi yang mendorong narasi ini menunjukkan bahwa satu-satunya pertimbangan nyata adalah bagaimana kita dapat menciptakan teknologi baru untuk memperbaiki teknologi masa lalu (dibandingkan dengan mempertanyakan apakah teknologi masa lalu memang dibutuhkan sejak awal).

Sebagian besar teknologi pertanian “baru” dari industri agtech berakar pada gagasan pertanian “presisi” atau “cerdas-iklim”. Idennya adalah bahwa perubahan iklim membuat pertanian menjadi lebih sulit diprediksi. Oleh karena itu, teknologi yang digerakkan secara digital ini dijual sebagai cara untuk mengurangi risiko yang disebabkan oleh perubahan lingkungan sekaligus meningkatkan hasil panen.

Cara yang ampuh bagi agtech untuk menjual produk dan inisiatifnya adalah dengan menggunakan label “pintar”. Kita melihatnya di mana-mana – “ponsel pintar”, “sensor pintar”, “pertanian pintar”, “pertanian cerdas iklim”. Yang dimaksud dengan “pintar” sebenarnya adalah “terhubung secara digital”. Namun, dengan melekatkan label ini pada produk teknologi pertanian

apa pun, hal ini membuat alat, praktik, atau platform yang tidak terhubung secara digital menjadi tampak sebaliknya – “bodoh”. Dengan menyamakan digitalisasi dengan kecerdasan, bingkai ini menunjukkan bahwa memasukkan sistem digital ke dalam masyarakat adalah proses evolusi yang alami, bukan taktik perusahaan untuk meningkatkan keuntungan. Akibatnya, hal ini membuat masyarakat merasa bodoh karena tidak mengadopsi teknologi baru.

Narasi bahwa agtech akan menyelamatkan pertanian juga bergantung pada asumsi bahwa pekerjaan pertanian adalah pekerjaan yang menjemukan – keras, membosankan, dan memalukan. Industri ini memanfaatkan persepsi ini dengan menawarkan teknologi pertanian baru untuk melepaskan diri dari pekerjaan yang melelahkan. Sebagian besar teknologi perusahaan dipromosikan sebagai peluang untuk “membebaskan tenaga kerja dari pertanian”. Ide utamanya adalah membuat pertanian lebih mudah dengan menggantikan tenaga kerja manusia dengan alat mekanis dan digerakkan secara digital. Terlepas dari bagaimana teknologi tersebut dipasarkan, sebagian besar teknologi korporat pada akhirnya berdampak pada penggantian petani dan buruh tani, yang dianggap “tidak efisien” dan “mahal”.

Beberapa teknologi mungkin tidak secara fisik menggantikan petani. Namun, teknologi tersebut menggantikan sistem yang sudah ada untuk mengumpulkan dan memproses informasi, mengamati ekosistem, dan menciptakan pengetahuan baru. Contohnya adalah sensor data yang mengumpulkan informasi tentang tanah dan drone yang memindai dan memetakan ladang. Ide di balik teknologi akumulasi data ini dan saran digital terkait adalah untuk memungkinkan petani membuat keputusan yang “lebih cerdas” untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi pertanian. Namun, dalam mengubah cara petani memperoleh informasi tentang ekosistem lokal mereka, agtech memiliki potensi untuk mengorbankan otonomi petani, mengikis sistem pengetahuan tradisional, dan menghilangkan keterampilan.

Narasi Industri 03: “PERUSAHAAN MENDORONG INOVASI”

Industri agribisnis sangat efektif dalam meyakinkan masyarakat bahwa teknologi baru yang mahal adalah kunci untuk mengatasi kelaparan dalam menghadapi perubahan iklim. Akibatnya, mudah bagi mereka untuk memposisikan diri mereka sebagai “pakar”. Misalkan kita percaya bahwa teknologi yang benar-benar penting adalah teknologi yang membutuhkan tim ilmuwan, insinyur, dan pembuat kode untuk membuatnya, dan server data yang sangat besar untuk menjalankannya. Dalam hal ini, mudah untuk percaya bahwa entitas yang memiliki akses ke semua sumber daya dan modal tersebut adalah orang-orang yang harus kita jadikan panduan.

Narasi yang didorong adalah bahwa jika kita menginginkan inovasi yang mengubah dunia, kita harus mempercayai dan memungkinkan sektor swasta untuk memiliki kekuasaan yang bebas. Hal ini tertanam kuat dalam ideologi neoliberalisme. Dalam bingkai ini, peran pemerintah bukanlah untuk mengawasi atau mengatur, melainkan untuk menciptakan kondisi agar perusahaan dapat menjalankan kebebasan seluas mungkin. Banyak sekali kapitalisme pasar bebas yang dijustifikasi melalui gagasan bahwa kebebasan dan kompetisi perusahaan memungkinkan penelitian dan pengembangan yang paling berdampak.

Tentu saja, perusahaan tidak akan dapat meneliti atau mengembangkan apa pun tanpa gerombolan ilmuwan dan insinyur yang melakukan dan melegitimasi pekerjaan mereka. Karena pemerintah telah menyerahkan lebih banyak kekuasaan dan kontrol kepada sektor swasta, pendanaan ilmiah telah bergeser dari lembaga publik dan menuju perusahaan. Akibatnya, begitu banyak penelitian ilmiah di bidang pertanian yang dilakukan bukan untuk mempelajari dan mengevaluasi masalah-masalah yang mendesak, melainkan untuk menjustifikasi teknologi korporasi. Kooptasi korporasi terhadap ilmu pengetahuan ini jarang sekali disuarakan atau ditanggapi.

Untuk waktu yang lama, industri agribisnis mengabaikan petani, dan menganggap dirinya sebagai penyelamat kita bersama. Kini, setelah perusahaan agribisnis dan institusi terkait mendapat tekanan dari masyarakat

sipil karena menghapus peran petani, mereka mengubah posisi mereka. Korporasi sekarang menyatakan bahwa petani sebenarnya “menuntut” solusi dari mereka, dan mereka (korporasi) hanya menanggapi permintaan tersebut. Dengan cara ini, perusahaan secara strategis menunjukkan bahwa mereka, bertentangan dengan kritik umum, mendengarkan petani.

Dalam bingkai ini, petani ditempatkan dalam peran yang sangat spesifik dalam kaitannya dengan inovasi. Perusahaan merancang dan membangun teknologi yang kemudian mereka bawa ke petani untuk “diuji” dan kemudian “diadopsi”. Dalam konteks ini, petani tidak diakui sebagai inovator aktif – mereka adalah subjek uji coba, yang digunakan agar industri agribisnis dapat mendorong produk mereka ke petani lain. Namun, narasi industri menyajikannya secara berbeda – narasi ini membingkai petani sebagai suara penting yang menentukan apakah teknologi “sesuai dengan tugas” di lanskap yang sebenarnya.

MENGIDENTIFIKASI KONTRA-NARASI

Contra Narasi 01: PERUSAHAAN AGTECH = PEMBERI TEKANAN

Organisasi yang memanfaatkan narasi petani/pengusaha secara efektif, seperti One Acre Fund atau Alliance for a Green Revolution di Afrika, mengandalkan model pengembangan yang menawarkan paket benih, bahan kimia, dan terkadang peralatan dan pembiayaan kepada petani. Mereka mengklaim bahwa mereka meningkatkan kemandirian petani, namun pada kenyataannya, mereka menempatkan petani pada posisi sebagai penerima pasif.

Saat ini, petani didorong untuk mengadopsi teknologi dan praktik-praktik baru yang dikembangkan tanpa wawasan dan masukan dari mereka. “Mengadopsi” diartikan sebagai “membeli”. Satu-satunya cara agar petani dapat memperoleh manfaat dari sebuah teknologi adalah dengan membelinya terlebih dahulu. Sebagian besar teknologi pertanian perusahaan hanya dapat diakses oleh petani jika disubsidi atau dibiayai. Subsidi ini umumnya berbentuk a) bantuan keuangan institusional langsung yang memungkinkan petani untuk membeli teknologi yang jika tidak, tidak akan terjangkau dan/atau b) dukungan tidak langsung yang memberikan insentif kepada pertanian industri dengan membuat teknologi lebih murah melalui pembebasan pajak, dukungan penelitian dan pengembangan, atau kebijakan lain yang mendukung teknologi yang dikendalikan oleh perusahaan. Namun, kedua bentuk dukungan tersebut dapat dengan mudah dicabut, sehingga membuat petani berada dalam keadaan putus asa.

Teknologi yang dikendalikan oleh perusahaan biasanya ditawarkan sebagai solusi cepat (misalnya benih dan bahan kimia pertanian yang “berproduksi tinggi”) namun hanya dapat bekerja dengan penambahan input yang lebih banyak dari waktu ke waktu. Seperti halnya tubuh manusia yang dapat menjadi tergantung pada obat, lahan juga dapat menjadi tergantung pada input sintetis yang diberikan. Seiring berjalannya waktu, lahan akan habis, dan penghentian pemberian input dapat menyebabkan kehancuran. Perusahaan-perusahaan dengan sengaja membuat para petani “ketagihan” dengan sebuah sistem yang nantinya akan membuat mereka menjadi lebih buruk daripada saat mereka memulai. Mengingat

tekanan ekonomi yang dihadapi petani di seluruh dunia, solusi apa pun yang mengharuskan petani menjadi lebih bergantung pada perusahaan tidak mungkin menguntungkan mereka. Jika ada, hal tersebut hanya akan membuat petani semakin terjerat hutang.

Selain itu, sebagian besar teknologi pertanian baru yang didorong oleh perusahaan masih bergantung pada bahan bakar fosil – untuk menambang bahan yang dibutuhkan untuk membuat komponen teknologi, memproduksi teknologi, dan mengoperasikannya, serta membuat bahan kimia yang perlu digunakan bersama dengan teknologi baru tersebut. Meskipun industri mengklaim bahwa alat-alat baru yang digerakkan secara digital lebih presisi dan didorong oleh sistem energi yang lebih berkelanjutan, hampir semuanya masih bergantung pada bahan bakar fosil. Hebatnya, perusahaan-perusahaan dapat secara tidak masuk akal mengklaim bahwa mereka “menyelesaikan” krisis iklim dengan teknologi yang berakar pada ekstraksi dan emisi yang sama yang telah menyebabkan krisis sejak awal. Dalam konteks ini, perusahaan agtech menjadi tipe terburuk dari para penjual yang kecanduan produk yang mereka jual.

Agtech mengiklankan kemampuannya untuk menciptakan teknologi pertanian yang revolusioner dan juga teknologi untuk “menghubungkan petani dengan pasar”. Industri ini mengatakan bahwa petani saat ini pasti akan gagal jika tidak terhubung dengan *platform* e-commerce di mana mereka dapat menjual produk mereka. Namun, *platform* yang dipromosikan oleh industri agtech tidak hanya memberikan petani cara yang lebih baik untuk menjual produk mereka kepada konsumen, tetapi juga memberikan perusahaan agribisnis cara yang lebih baik untuk menjual produk mereka kepada para petani. Setelah petani terhubung ke *platform* digital baru, di mana data mereka dapat dengan mudah dilacak dan dipanen, akan jauh lebih mudah bagi perusahaan untuk menargetkan mereka dengan produk mereka (benih, bahan kimia, pupuk, dan lebih banyak teknologi). Dengan kata lain, konektivitas merupakan cara yang lebih tepat untuk mendorong produk mereka

Contra Narasi 02: PENGUSAHA AGRIBISNIS = KONSUMEN YANG TERPERANGKAP (*CAPTIVE CONSUMER*)

Munculnya teknologi yang digerakkan oleh digital menantang ide-ide seputar otonomi, kepemilikan, dan kontrol. Ambil contoh John Deere, salah satu perusahaan terbesar di AS, yang dikenal memproduksi mesin pertanian. Pada tahun 2016, John Deere memicu kontroversi ketika perusahaan ini mengunci perangkat lunak pada peralatannya, yang berarti hanya dealer berlisensi yang dapat melakukan perbaikan.¹⁰ Dengan kata lain, perusahaan ini secara efektif membuat ilegal bagi petani untuk memperbaiki peralatan pertanian mereka sendiri atau membawanya ke bengkel independen. John Deere juga membuatnya agar mereka dapat menonaktifkan dan mematikan peralatan dari jarak jauh kapan saja. Mereka melakukan ini dengan memanfaatkan dua undang-undang hak digital untuk menegaskan bahwa orang yang membeli peralatan mereka tidak memiliki alat fisik atau perangkat lunak di dalamnya – mereka hanya membeli lisensi untuk menggunakannya.¹¹

Perusahaan mengklaim bahwa teknologi perangkat lunak yang canggih memberikan lebih banyak pengetahuan, wawasan, dan kapasitas kepada para petani. Namun, meskipun pengetahuan, wawasan, dan kapasitas tersebut relevan dengan kebutuhan petani, apa bedanya jika mereka tidak memiliki otonomi atas teknologi tersebut? Jika sebuah perusahaan dapat mendikte persyaratan penggunaan yang tepat untuk teknologi mereka, dan menonaktifkannya sesuka hati, maka teknologi tersebut tidak akan pernah benar-benar menjadi milik petani. Jika petani tidak memilikinya, mereka tidak akan pernah benar-benar memiliki otonomi. Dan mengingat apa yang kita ketahui tentang potensi besar untuk memanen data yang diciptakan oleh teknologi baru, kita dapat berargumen bahwa teknologi ini memberikan perusahaan kapasitas untuk mengontrol petani dan

10 Walsh, Kit. (2016). "John Deere Really Doesn't Want You to Own That Tractor". Electronic Frontier Foundation.

11 Thomas Jeffrey Horton and Dylan Kirchmeier. (2020). "John Deere's Attempted Monopolization of Equipment Repair, and the Digital Agricultural Data Market - Who Will Stand Up for American Farmers?". CPI Antitrust Chronicle.

keputusan mereka dengan cara yang lebih ekstraktif dan mengasingkan daripada sebelumnya.

Dengan cara ini, kita dapat berpikir untuk membingkai ulang “pengusaha” (seperti yang disajikan oleh organisasi-organisasi ini) sebagai “konsumen yang terkungkung”. “Pengusaha”, seperti yang didefinisikan oleh perusahaan dan institusi, sebenarnya berarti masuk ke dalam sistem di mana petani tidak memiliki kendali atas persyaratannya. Mereka mungkin memiliki lebih banyak kebebasan ekonomi jangka pendek, tetapi hal itu hanya dapat dicapai melalui ketergantungan jangka panjang pada perusahaan. “Pengusaha” agtech memiliki otonomi yang jauh lebih sedikit. Mereka diwajibkan untuk menanam benih yang diperintahkan; mereka menggunakan bahan kimia yang diperintahkan untuk disemprotkan; mereka mengolah tanah dengan cara yang diperintahkan; mereka menjual hasil panen dengan cara yang disarankan. “Pengusaha”, seperti yang disajikan oleh agribisnis, adalah sebuah identitas yang memungkinkan perusahaan untuk mengeruk lebih banyak lagi dari para petani dengan menargetkan mereka pada semua tahap pertanian (bukan hanya pada pemasaran akhir produk mereka).



MENGANGKAT SEBUAH NARASI ALTERNATIF

PERTANIAN = PENENTUAN NASIB SENDIRI

Industri agtech membingkai pasar (yang mereka tentukan) dan teknologi (yang mereka miliki dan ciptakan) sebagai satu-satunya cara bagi petani untuk menjadi lebih aman dan berdaya. Narasi mereka beroperasi di bawah asumsi bahwa kepemilikan – siapa pun yang mengendalikan sesuatu dan membuat keputusan tentang hal itu – tidaklah penting.

Seiring dengan meningkatnya konsolidasi perusahaan di semua industri, semakin besar kemungkinan orang akan memegang asumsi ini, dan melupakan bahwa kita, sebagai individu dan masyarakat dan bahkan negara, lebih mandiri di masa lalu. Sangat mudah untuk tanpa berpikir panjang menyesuaikan diri dengan “normal baru”, di mana sejumlah kecil perusahaan di setiap sektor menentukan persyaratan untuk kehidupan kita. Menghadapi konsolidasi sistemik ini menjadi hal yang menakutkan. Namun, kita dapat melawan erosi otonomi kita dengan mengembalikan kebanggaan pada gagasan penentuan nasib sendiri.

Pada intinya, penentuan nasib sendiri adalah gagasan untuk dapat mengendalikan hidup sendiri dan bagi masyarakat untuk menentukan masa depan mereka sendiri. Meskipun banyak dari kita yang telah terbiasa dengan kenyataan bahwa kita hanya memiliki sedikit kebebasan, gagasan tentang kebebasan itu sendiri masih sangat kuat seperti sebelumnya. Tidak ada seorang pun yang mau percaya bahwa mereka tidak bebas. Dan tidak ada yang lebih penting bagi kebebasan kita selain kemampuan untuk mengontrol bagaimana kita memberi makan diri kita sendiri dan komunitas kita. Makan adalah salah satu kebutuhan manusia yang paling mendasar. Ketika kita merasa yakin bahwa kita dapat memenuhi kebutuhan itu, kita merasa aman.

Bisnis bisa tutup. Pasar bisa jatuh. Uang bisa menjadi tidak berharga. Yang tidak akan pernah berubah adalah nilai makanan. Orang terkaya dan orang termiskin di dunia sama-sama butuh makan. Dan yang tidak akan pernah bisa dibeli oleh orang terkaya di dunia adalah jaringan hubungan yang diperlukan untuk menumbuhkan makanan dalam ekosistem lokal dengan cara yang akan menopang generasi yang akan datang.

Hanya dengan keamanan pangan, kita dapat benar-benar merasa aman di bidang-bidang lain dalam kehidupan kita.

Tokoh revolusioner Afrika, Thomas Sankara, pernah berkata, “Siapa yang memberi Anda makan, maka dia lah yang akan mengendalikan Anda.” Jika ada orang lain yang mendikte persyaratan yang digunakan untuk memberi makan dan merawat anggotanya, maka mereka mengendalikan kelangsungan hidup komunitas Anda, dan mereka mengendalikan Anda. Strategi utama industri agtech adalah mengaitkan petani ke dalam pasar global dan sistem teknologi yang tidak dapat dikontrol oleh petani. Semakin banyak petani harus bergantung pada sistem tersebut untuk mengumpulkan pengetahuan dan membuat keputusan, semakin banyak otonomi yang mereka serahkan. Pertanian memiliki kekuatan yang sering kali tidak diakui. Pertanian dapat mewakili perlawanan dalam menghadapi kekuatan-kekuatan yang bertujuan untuk mengeruk setiap tetes keuntungan yang mereka dapat dari dunia. Dengan cara ini, bertani dapat mewakili sebuah komitmen terhadap kehidupan.

Memberi makan masyarakat kita membutuhkan pengetahuan dan upaya yang luar biasa. Petani telah direndahkan secara budaya untuk waktu yang lama, sehingga membuat mereka percaya bahwa pekerjaan mereka kurang penting dibandingkan dengan dokter, pengacara, ilmuwan, dan insinyur. Perusahaan-perusahaan Agtech menyatakan bahwa mereka menugaskan tim “para pakar” untuk melakukan penelitian dan pengembangan pertanian karena mereka ingin mengangkat dan mendukung nilai petani. Pada dasarnya, mereka mengatakan, “Anda hanya perlu menanam makanan. Kami akan mengurus yang lainnya.”

Kita bisa melawan kompartementalisasi ini dengan menekankan bahwa petani adalah ilmuwan. Mereka adalah insinyur. Mereka adalah inovator. Mereka adalah pengusaha. Mereka adalah sejarawan. Mereka adalah seniman. Mereka adalah penjaga, pelindung, pembela, dan pengasuh. Ketika perusahaan mendorong petani untuk melepaskan identitas mereka demi kemudahan dan kemajuan, kita dapat menegaskan bahwa petani adalah penentu nasib sendiri karena mereka memiliki banyak identitas.

Leah Penniman pernah berkata, “Untuk membebaskan diri kita sendiri, kita harus memberi makan diri kita sendiri.” Ketika kita mengendalikan cara-cara komunitas kita diberi makan, kita mengendalikan nasib kita. Sementara industri menjual gagasan bahwa petani bertani karena mereka tidak memiliki pilihan lain, narasi penentuan nasib sendiri mendorong petani untuk menyatakan: “Saya adalah petani karena pilihan saya sendiri.”

PEMBINGKAIAN/ PEMBINGKAIAN KEMBALI

Tujuan kami adalah untuk mengidentifikasi dan menantang narasi paling mendasar yang mendefinisikan bingkai agtech. Namun, ada keyakinan dan nilai yang tidak dinyatakan yang melintasi semua narasi inti. Di bawah ini kami telah menguraikan beberapa contoh utama dari kepercayaan dan nilai-nilai ini, dengan proposal untuk membingkai ulang.

BINGKAI AGTECH	PEMBINGKAIAN KEMBALI
<p>Kemajuan teknologi bersifat linier. Saat ini adalah masa paling maju dalam sejarah manusia. Kemajuan kita dalam bidang pertanian terlihat seperti jalur inovasi teknologi yang berkelanjutan, dari petani, pertanian subsisten hingga pertanian presisi yang mahal dan digerakkan secara digital. Masyarakat yang tidak menggunakan teknologi industri adalah masyarakat yang terbelakang, tidak cerdas, dan hidup di masa lalu.</p>	<p>Pertumbuhan itu dinamis. Meskipun kita mungkin memiliki lebih banyak informasi, atau cara-cara baru untuk menyampaikannya, hal itu tidak membuat kita lebih baik daripada generasi yang telah datang sebelum kita, dan mereka yang akan datang setelah kita. Seperti nenek moyang kita, kita membuat keputusan dalam hidup kita tentang bagaimana menyusun sistem, baik sosial, politik, ekonomi, maupun ekologi. Dan seperti nenek moyang kita, kita akan membuat banyak kesalahan. Memiliki kerendahan hati dalam hal bagaimana kita mendiskusikan sejarah memberi kita kesempatan untuk tidak mengulangi kegagalan di masa lalu, dan membayangkan masa depan alternatif.</p>
<p>Kemajuan teknologi menguntungkan semua orang. Karena proses kemajuan teknologi yang berkelanjutan, umat manusia menjadi lebih baik hari ini daripada sebelumnya. Teknologi yang lebih maju memungkinkan lebih banyak kebebasan manusia.</p>	<p>Secara historis, kemajuan teknologi telah digunakan untuk menindas. Di dunia yang tidak setara, teknologi hanya mengonsolidasikan kekuasaan. Tanpa kesetaraan dalam tata kelola dan pengambilan keputusan, dan tanpa distribusi kekayaan dan sumber daya, teknologi baru yang kuat secara tidak proporsional digunakan oleh segelintir orang untuk mencabut hak orang banyak. Menguntungkan semua orang membutuhkan perubahan sistem politik dan ekonomi.</p>

BINGKAI AGTECH	PEMBINGKAIAN KEMBALI
<p>Mempertanyakan kemajuan teknologi adalah anti-sains. Pengetahuan ilmiah adalah bentuk pengetahuan yang paling tinggi dan paling objektif. Hanya mereka yang telah dilatih di dalam institusi akademis dan yang telah mendapatkan akses ke ruang-ruang istimewa yang dapat memiliki pengetahuan yang valid tentang sistem dan proses alam. Bentuk-bentuk pengetahuan lainnya bias dan dipengaruhi oleh takhayul atau nilai-nilai politik dan tidak dapat dipercaya sebagai sesuatu yang ketat atau dapat diandalkan. Upaya untuk mempertanyakan teknologi yang telah didukung oleh ilmu pengetahuan tidak berdasar.</p>	<p>Ilmu pengetahuan adalah pertanyaan. Penyelidikan adalah fondasi ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan yang benar dicapai melalui keingintahuan dan kritik. Penyelidikan ilmiah, sepanjang waktu, telah didefinisikan dan ditantang melalui eksperimen dan pengalaman langsung. Pengetahuan dan pertanyaan yang diajukan oleh mereka yang telah hidup dan bekerja paling dekat dengan tanah, sama validnya dengan “ilmuwan mapan”.</p>
<p>Kita harus mengendalikan alam. Kita hidup terpisah dari, dan sering kali bersaing dengan alam. Sumber daya di planet ini terbatas, dan kunci untuk kelangsungan hidup kita adalah mempelajari cara memprediksi, mengendalikan, dan bahkan “memperbaiki” alam. Hal ini termasuk memanipulasi blok bangunan kehidupan – informasi genetik dalam bentuk data. Cara terbaik untuk melakukannya adalah dengan mengumpulkan pengetahuan tentang alam melalui studi ilmiah Barat dan menggunakan pengetahuan ini untuk memanfaatkan kekuatan alam demi kepentingan kita</p>	<p>Kita adalah alam. Pemisahan antara manusia dan dunia non-manusia adalah konstruksi kolonial yang memungkinkan terjadinya ekstraksi dan eksploitasi. Tanah adalah makhluk hidup; kerabat kita; saudara; bagian dari diri kita. Kita tidak kurang memiliki hubungan dengan satu sama lain seperti halnya dengan pepohonan. Sebab kita tidak memiliki kekuasaan atas alam, maka tugas kita adalah memahami hubungan ekosistem yang telah ada, dan bagaimana kita dapat menjadi kerabat yang baik dalam sistem kehidupan. Manusia hanya dapat berkembang jika seluruh ekosistem berkembang.</p>



03

SUMBER DAYA



BIDANG UTAMA AGTECH

Informasi berikut ini tentang teknologi pertanian telah dirangkum dari [serangkaian artikel](#) yang ditulis oleh ETC Group dan diterbitkan oleh Heinrich Boell Hong Kong.

Para pendukung agtech adalah bagian dari kelompok “solusi-teknologi” yang lebih luas yang mendorong tsunami teknologi baru. Ini termasuk digitalisasi (pengumpulan dan pemrosesan data tentang perilaku manusia, pertanian, perikanan, dan ekosistem); konvergensi biodigital (sintesis organisme hidup baru dan proses dari urutan gen); dan *geoengineering* (manipulasi teknologi berskala besar yang disengaja terhadap sistem Bumi).

01: DIGITALISASI

Perusahaan-perusahaan agrikimia telah bertaruk pada serangkaian merger besar-besaran dengan perusahaan-perusahaan data. Tujuan mereka adalah untuk mengumpulkan “*big data*” – volume informasi yang sangat besar yang memungkinkan algoritme perusahaan untuk mengamati pola dan membuat prediksi serta keputusan, sebagai pengganti otonomi petani. Akumulasi ini terjadi dalam volume yang terus meningkat melalui perangkat pengumpulan yang ditempatkan pada traktor tanpa pengemudi, *drone*, sensor di lapangan, dan bahkan perangkat yang dipasang pada tanaman dan ternak.

Iklan-iklan menggambarkan para petani yang berjiwa wirausaha, dengan ponsel pintar di tangan, mengendalikan data mereka sendiri. Namun pada kenyataannya, setiap perangkat pengumpul mengumpulkan dan mengirimkan data ke pusat data perusahaan, yang menggunakan algoritme mereka untuk memproses statistik dan memberikan apa yang disebut perusahaan sebagai “kecerdasan buatan” (*artificial intelligence/AI*). Siapapun

yang memiliki kumpulan data ini kemudian dapat menjualnya sebagai komoditas kepada perusahaan lain, seperti spekulasi tanah, pedagang komoditas, dana lindung nilai, dan penangkar benih.

Pada akhirnya, bukan petani yang akan mendapatkan gambaran umum yang berguna tentang ladang mereka, tetapi perusahaan seperti Bayer dan mitranya – perusahaan seperti Microsoft – yang akan mendapatkan gambaran digital yang terperinci tentang seluruh aliran tanah, air, dan makanan. Wawasan dari data ekologi ini akan memungkinkan mereka untuk menargetkan petani dengan lebih baik untuk membujuk mereka – dan kemungkinan besar mengunci mereka ke dalam kontrak – untuk mengadopsi praktik dan produk yang sesuai dengan pemegang saham perusahaan-perusahaan besar.

Perusahaan teknologi raksasa juga telah menginvestasikan miliaran dolar di anak perusahaan pergudangan, ritel, dan logistik. Percepatan yang cepat dalam belanja makanan secara online selama pandemi COVID-19 telah memperkuat kendali mereka atas pengiriman makanan, ritel bahan makanan, dan distribusi.

Secara keseluruhan, digitalisasi pangan dan pertanian memiliki berbagai dampak potensial yang serius. Selain meningkatkan pengawasan, ekstraksi, dan eksploitasi manusia secara besar-besaran, hal ini juga dapat berkontribusi pada deskilling, pemindahan, dan pengasingan. Selain itu, dengan meningkatnya penggunaan energi yang dibutuhkan untuk pengumpulan dan penyimpanan data, serta ekstraksi bahan mentah yang dibutuhkan untuk membuat teknologi digital, digitalisasi membawa dampak yang besar terhadap lingkungan.



02: KONVERGENSI BIODIGITAL

The ongoing development of molecular manipulation
Perkembangan teknologi manipulasi molekuler yang sedang berlangsung mencakup penerapan rekayasa genetika pada pertanian, akuakultur, dan kehutanan. Proses-proses kehidupan semakin ditata ulang sebagai data, yang kemudian diekstraksi dan diproses sebagai komoditas. Hal ini telah digambarkan sebagai kolonialisme data, yang mengingatkan kita pada ekstraksi sumber daya di era kolonialisme Eropa.

Sebagai contoh, ambil contoh saja tanaman transgenik. Sebagian besar tanaman transgenik di bidang pertanian saat ini direkayasa menjadi salah satu dari dua jenis tanaman – yang tahan terhadap herbisida, seperti glifosat; dan yang lainnya menghasilkan bahan kimia yang beracun bagi serangga. Tanaman transgenik yang paling umum saat ini adalah kedelai, jagung, rapa, dan kapas. Berlawanan dengan klaim industri, penggunaan tanaman transgenik sebenarnya telah meningkatkan penggunaan bahan kimia beracun, dan hampir selalu memperburuk keadaan bagi manusia dan ekosistem di mana pun tanaman tersebut digunakan.

Karena reaksi keras dari masyarakat terhadap GMO, industri agribisnis telah mengembangkan terminologi baru, seperti “*gene editing*”. Ini hanyalah alat pemasaran; yang berubah hanyalah perampingan proses rekayasa, mengurangi biaya untuk menghilangkan atau memindahkan materi genetik dalam spesies yang sama atau berkerabat dekat. CRISPR/Cas9 adalah yang paling terkenal dari teknik rekayasa genetika baru ini.

Di antara kegunaan lainnya, CRISPR/Cas9 telah memungkinkan pengembangan teknik eksperimental yang oleh para penemunya disebut sebagai “*gene drive*”. *Gene drive* memungkinkan para ilmuwan untuk menempatkan “*exterminator gene*”, sebagaimana mereka lebih dikenal, ke dalam serangga dan beberapa organisme yang bereproduksi secara seksual di laboratorium. Elemen-elemen genetik ini berkembang biak sendiri dan dapat diwariskan dari generasi ke generasi. Secara teori, *gene drive* ini memungkinkan para insinyur genetika untuk secara sengaja menyebarkan kode genetik tertentu dengan tujuan memusnahkan populasi target, sering kali untuk mengendalikan hama dan penyakit. Selain itu, *gene drive* dapat menghilangkan spesies target

dan non-target, dan dampak *gene drive* terhadap ekosistem masih belum pasti. Sama seperti pestisida dan transgenik sebelumnya, *Gene Drive Organisms* (terkadang disebut GDO) dapat menghilangkan penyerbuk yang bermanfaat, namun tidak ada jaminan bahwa mereka akan dapat mencapai hasil yang telah dirancang.

Salah satu ancaman langsung dari perluasan intervensi genetik secara komersial adalah penggunaan “*gene-silencing pesticides*”, yaitu nukleotida sintetis (seperti RNA buatan) yang dirancang untuk mengubah genetika organisme yang bersentuhan dengannya. Upaya untuk menyebarkan mikroba hasil rekayasa genetika ke dalam tanah pertanian adalah usaha lain yang berisiko.

Pasar lain yang diincar oleh perusahaan-perusahaan untuk mendapatkan keuntungan di masa depan melalui manipulasi molekuler adalah “protein alternatif”, termasuk produk susu dan daging (“daging alternatif”). Menanggapi prioritas kebijakan untuk mengurangi konsumsi daging, beberapa bisnis paling kuat di dunia sekarang mengusulkan produk protein rekayasa, termasuk telur simulasi dan produk susu simulasi yang dibudidayakan dalam tong steril berisi mikroorganisme rekayasa.

03: FINTECH

Teknologi keuangan (juga dikenal sebagai “*fintech*”) mengacu pada penerapan teknologi digital pada sektor keuangan. Ini mencakup pembayaran digital, manajemen pasar yang terkomputerisasi, dan mata uang digital baru, seperti mata uang kripto, yang semakin dimediasi melalui buku besar digital online terenkripsi (*blockchain*). Istilah-istilah yang terkait dengan *fintech*, seperti “kontrak pintar”, menyembunyikan penggunaan energi yang tinggi (biaya lingkungan dari *blockchain* yang mereka butuhkan) dan fakta bahwa mereka menyerahkan kendali atas sumber daya kepada perusahaan yang tidak akuntabel dan tidak terstruktur.

Fintech juga dapat mencakup finansialisasi dan perdagangan “jasa ekosistem” (istilah perusahaan untuk cara-cara alami di mana ekosistem membuat planet ini dapat ditinggali), seperti siklus karbon, nitrogen, dan air. Tujuannya adalah untuk memonetisasi setiap layanan alami ini melalui platform keuangan digital.

AGTECH, UNTUK BERBAGAI SEKTOR

AGTECH UNTUK PARA INVESTOR

Istilah *agtech* digunakan secara luas untuk meningkatkan investasi bagi perusahaan rintisan baru. Dalam konteks investasi, *agtech* dianggap sebagai konsep yang berguna karena membuka area investasi baru. Bagi para investor, nilai *agtech* bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan petani atau pemakan sejauh mereka adalah pasar baru, tetapi yang lebih penting adalah menciptakan ide baru yang mengkilap yang dapat membuat “investor malaikat” menaruh uang mereka ke dalam *startup* atau ide baru. Dengan promosi yang cukup dan persepsi bahwa teknologi ini dapat menciptakan pasar baru, *agtech* dapat menjadi gelembung dan cara mudah untuk menghasilkan uang dengan cepat melalui spekulasi.

AGTECH UNTUK RAKSASA TEKNOLOGI

Alat-alat seperti AI dan *Blockchain* telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dan para pengusaha terus mencari cara baru untuk mengambil algoritme yang telah dikembangkan untuk pengenalan wajah atau teknologi keuangan dan menerapkannya ke area baru – dengan tujuan menciptakan bisnis yang sukses. Bagi perusahaan teknologi besar, pertanian merupakan bidang di mana keterampilan, alat, dan metode yang telah mereka kembangkan dapat digunakan untuk penggunaan baru yang menguntungkan.

AGTECH UNTUK PERTANIAN BESAR/ PANGAN BESAR

Sejak Revolusi Hijau, Big Ag dan Big Food telah bekerja untuk menangkap lebih banyak lagi nilai pertanian. Mereka bekerja untuk menemukan alat yang akan mengharuskan petani menghabiskan lebih sedikit tenaga kerja dan lebih banyak untuk berbagai teknologi termasuk benih “perancang” dan pupuk kimia. Upaya mereka dalam bidang *agtech* diiklankan sebagai peluang untuk “menyederhanakan proses”, dan “mengurangi gangguan”, tetapi efek utamanya adalah untuk memperluas kendali mereka atas rantai makanan industri. Saat melakukan presentasi kepada para politisi dan pembuat kebijakan, Big Ag dan Big Food cenderung membingkai keprihatinan mereka dalam hal “memberi makan dunia” dan melindungi rantai makanan dari gangguan iklim. Hal ini sangat sesuai dengan kepentingan raksasa teknologi dan investor *agtech*. Tujuan akhirnya adalah untuk mendapatkan lebih banyak nilai bagi para pemegang saham dengan cara apa pun yang diperlukan.



DASAR-DASAR ANALISIS MEDIA

Gerakan sering kali dapat meningkatkan dampaknya dengan meluangkan waktu untuk memahami bagaimana dan kapan media memberitakan isu-isu yang mereka pedulikan. Panduan singkat ini menyarankan sebuah pendekatan yang melibatkan analisis sampel kecil media berita *online**. Hasilnya dapat membekali gerakan dengan wawasan yang berharga untuk menciptakan narasi tandingan, dan memberikan dasar yang kuat untuk analisis naratif yang lebih mendalam.

Pendekatan 5 langkah ini tidak mahal atau terlalu memakan waktu. Jika Anda memilih sumber media yang tepat, 10-15 artikel akan memberikan gambaran umum tentang narasi dominan dan kontra-narasi. Sebagian besar analisis dan rekomendasi dapat diselesaikan dalam waktu kurang lebih 5 hari, tergantung pada kompleksitas isu dan volume liputan media.

*Catatan, pendekatan ini tidak mencakup media sosial.

LANGKAH 1 - CAKUPAN LANSKAP MEDIA

Perkiraan waktu: 0,5 hari

PENCARIAN

Mulailah dengan mencari liputan berita online untuk mendapatkan gambaran umum tentang bagaimana media memberitakan isu Anda ([Google News](#) adalah pilihan gratis). Pencarian Anda mungkin akan berfokus pada surat kabar harian dan outlet berita yang disiarkan, tapi mungkin juga mencakup beberapa outlet media yang lebih spesialis, seperti jurnal ilmiah atau media perdagangan yang spesifik untuk isu tertentu.

TERMINOLOGI KUNCI

Perhatikan bahwa terkadang wartawan mungkin menggunakan berbagai istilah yang berbeda ketika merujuk pada suatu isu. Untuk memastikan pencarian Anda mendapatkan liputan yang representatif, buatlah daftar singkat istilah yang umum digunakan.

PERTANYAAN

1. Seberapa luas isu yang sedang Anda analisis diberitakan dalam beberapa bulan terakhir?
2. Media utama mana yang memberitakan – atau mengabaikan – isu tersebut?
3. Seberapa dalam artikel-artikel tersebut mengkaji isu tersebut?
4. Apakah artikel-artikel yang meliput isu tersebut tersebar di seluruh spektrum sosial-politik, atau hanya diliput oleh sebagian media yang memiliki keberpihakan politik – atau media spesialis?

CATATAN

Catatlah jawaban-jawaban Anda. Catat juga artikel-artikel yang membahas isu tersebut secara lebih mendalam. Anda mungkin akan menemukan beberapa artikel yang diulang-ulang di berbagai media. Perusahaan media sering menayangkan ulang artikel yang diterbitkan di media arus utama, atau membeli artikel dari layanan berita internasional (seperti Reuters, Agence France-Presse, dan Pan-African News Wire). Sumber-sumber

tayangan ulang ini memiliki banyak pengaruh terhadap bagaimana narasi dimainkan di media, jadi pertimbangkan untuk menambahkannya ke dalam pilihan Anda untuk analisis di Langkah 2. Catat nama sumber asli (yang biasanya dikutip di bagian atas artikel yang ditayangkan ulang), bersama dengan nama penulis asli, jika ada. Anda bisa merekomendasikan untuk meluangkan waktu untuk mencari rincian kontak reporter kunci dan mengatur briefing untuk mereka, sebagai bagian dari daftar tindakan di Langkah 5.

LANGKAH 2 - PERSIAPKAN. PRIORITASKAN. RENCANAKAN

Perkiraan waktu: 0,5 hari

Sebelum Anda mulai menganalisis artikel, tentukan tujuan dan parameter yang jelas agar penelitian Anda tetap terkendali. Pertanyaan-pertanyaan berikut ini bisa menjadi titik awal yang baik.

PERTANYAAN

1. Apa tujuan dari analisis ini?
2. Wilayah geografis atau negara mana yang paling penting bagi kampanye Anda?
3. Jangka waktu mana yang paling penting untuk kampanye Anda (misalnya pertemuan pengambilan keputusan tertentu atau “kemajuan” teknologi)?

PILIH ARTIKEL

Gunakan catatan yang Anda buat pada Langkah 1 untuk memilih 10-15 artikel yang menurut Anda paling relevan dengan penelitian Anda. Daftar Anda mungkin akan mencakup beberapa artikel yang lebih mendalam yang Anda identifikasi dan beberapa artikel sumber, karena jangkauan dan pengaruhnya.

MENGATUR ARTIKEL

Buatlah daftar artikel-artikel yang Anda pilih, termasuk nama media, tanggal artikel, nama jurnalis, dan peran pemberitaannya (lingkungan, sains, teknologi, politik, dan lain-lain).

CATATAN

Perhatikan bahwa ketika berita-berita dilaporkan oleh koresponden politik (bukan wartawan lingkungan atau sains/teknologi), hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap isu tersebut sangat tinggi dan ada dalam agenda para pengambil keputusan. Pada saat-saat seperti ini, gerakan-gerakan memiliki kesempatan terbaik untuk melibatkan media dan mempengaruhi opini publik.

LANGKAH 3 - ANALISIS

Perkiraan waktu: 1,5 hari

Setelah Anda menentukan parameter Anda, susunlah pendekatan Anda dengan memilih kategori analisis.

Kategori-kategori yang umum adalah:

- A. Pembingkai Naratif dan Asumsi yang Salah
- B. Susunan Kata dan Gaya Penulisan
- C. Bahasa Visual
- D. Pesan
- E. Pengirim Pesan

Catatlah hasil yang Anda dapatkan dari setiap kategori dan carilah tema-tema yang sama di seluruh kumpulan artikel Anda.

A. PEMBINGKAIAN NARASI DAN ASUMSI

Ini mungkin merupakan faktor yang paling penting untuk dipertimbangkan ketika menentukan narasi yang dominan. Untuk menganalisis pembingkai narasi (atau cerita), pikirkan bagaimana wartawan menghubungkan sebuah topik dengan cerita-cerita populer yang sudah ada di benak masyarakat. Bingkai mencerminkan sudut pandang atau pola pikir tertentu. Bingkai membawa asosiasi yang kuat yang bisa negatif atau positif, dan penggunaannya cenderung mengaktifkan asosiasi tersebut di benak pembaca. Dengan mengidentifikasi bingkai mana yang digunakan dalam setiap artikel, Anda dapat menentukan beberapa pesan yang mendasari berita-berita tersebut, atau asumsi yang mereka buat. Setelah bingkai-bingkai tersebut diidentifikasi, akan mudah untuk mengukur narasi mana yang mereka dukung (dan mana yang tidak), dan apakah asumsi-asumsi yang mendasari mereka benar atau salah.

Artikel yang mengikuti narasi dominan sering kali dimulai dengan asumsi yang salah, biasanya di judul dan/atau paragraf pembuka. Asumsi yang salah yang umum terjadi adalah bahwa urgensi kebijakan atau teknologi tertentu lebih besar daripada risikonya. Misalnya, bahwa kita sangat perlu memodifikasi tanaman secara genetis untuk memberi makan dunia, atau memodifikasi nyamuk untuk melindungi jutaan anak yang sekarat akibat malaria. Di media Barat, narasi-narasi ini sering kali didasari oleh asumsi kebutuhan negara-negara berkembang, sebagai dasar untuk membenarkan penerapan teknologi atau model pertanian tertentu, misalnya.

Bacalah artikel-artikel pilihan Anda dan pikirkan bagaimana masing-masing artikel tersebut membingkai isu yang ada.

- 1. Narasi mana yang menurut Anda akurat, sebagian akurat, atau tidak benar?**
- 2. Topik, sisi, atau sudut pandang mana yang diliput, dan mana yang diabaikan atau ditampilkan secara kurang sentral dalam cerita dibandingkan yang lain?**
- 3. Berita utama mana yang didasarkan pada asumsi-asumsi keliru yang dipromosikan oleh pihak-pihak yang mendorong narasi dominan?**

Carilah pola dan tren dalam pemberitaan dan catatlah temuan-temuan Anda untuk setiap artikel.

B. SUSUNAN KATA DAN GAYA PENULISAN

Perhatikan lebih dalam setiap artikel. Apakah ada kata-kata, frasa, metafora, atau statistik tertentu yang umum digunakan? Anda bisa mulai dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Mengapa kata, frasa, atau metafora tertentu ini dipilih?
2. Apakah kata, frasa, atau metafora tersebut dipilih untuk memicu emosi atau asumsi tertentu pada pembaca?
3. Apakah bahasa yang digunakan mengandung bias implisit (biasanya berasal dari asumsi yang salah)?
4. Apakah bahasa yang digunakan membenarkan atau melegitimasi orang/lembaga tertentu? Apakah bahasa yang digunakan mendeligitimasi orang lain?

Sebagai contoh, laporan media yang condong ke arah narasi dominan seputar organisme hasil rekayasa genetika (GMO) sering kali menyebut masyarakat sipil sebagai “pejuang lingkungan”. Melalui label ini, berita-berita tersebut akhirnya memperkuat gagasan bahwa perlawanan terhadap GMO merupakan sudut pandang ekstremis yang dipegang oleh sebagian kecil masyarakat, dan bukannya opini mayoritas.

C. BAHASA VISUAL

Lihatlah lebih dari sekedar kata-kata, lihatlah gambar yang digunakan. Gambar bisa sama kuatnya dalam memperkuat bias, namun cenderung diabaikan dalam analisis. Grafik atau foto yang dipilih untuk mengilustrasikan sebuah artikel sering kali memberikan wawasan tentang sudut pandang outlet media, atau reporter tertentu, dan dapat berfungsi untuk memperkuat narasi yang dominan.

Periksalah gambar-gambar tersebut dengan cermat untuk melihat pesan apa yang terkandung di dalamnya. Tanyakan pada diri Anda sendiri tiga pertanyaan yang diuraikan di Bagian B. Pertimbangkan apakah gambar-gambar tersebut menarik asumsi yang salah pada pembaca, seperti kebutuhan mendesak akan teknologi tertentu, atau menyampaikan “solusi” untuk “masalah”, yang disajikan melalui kerangka narasi yang menyimpang.

Sebagai contoh, banyak artikel tentang teknologi pertanian yang menggambarkan para ilmuwan dengan jas putih yang bekerja di laboratorium berteknologi tinggi. Gambar-gambar ini dimaksudkan untuk menarik rasa percaya pada sains. Gambar-gambar ini berfungsi untuk meminimalkan ketakutan terhadap teknologi yang ditampilkan. Dalam kasus seperti itu, ketika merujuk pada mereka yang bertanggung jawab dalam komunikasi Anda sendiri, dapat membantu untuk mengganggu asumsi ini dengan menyebut mereka sebagai “insinyur” atau “ahli teknologi” alih-alih “ilmuwan”, misalnya

VISUAL DARI SUMBER PIHAK KETIGA

Media lebih memilih untuk mencari sumber materi visual sendiri demi kepentingan independensi. Namun, keterbatasan biaya dan waktu membuat mereka sering menerima materi visual dari pihak lain. Hal ini memberikan peluang yang sangat kuat bagi para pendukung narasi dominan dan kontra-narasi untuk menyampaikan pesan mereka.

Visual yang disediakan oleh sumber pihak ketiga diberi kredit. Periksa kreditnya untuk melihat apakah mereka disediakan oleh pendukung narasi dominan. Pertimbangkan bagaimana Anda dapat melawan pesan-pesan visual yang terdistorsi melalui materi komunikasi Anda, atau dengan memberikan gambar Anda sendiri kepada media.

Sebagai contoh, foto-foto orang yang terkena dampak – atau memprotes – suatu isu dipublikasikan secara luas. Jika Anda dapat menyediakan foto-foto tersebut, pastikan foto-foto tersebut berkualitas baik dan, idealnya, menyertakan pesan utama Anda. Menyediakan foto-foto semacam ini di sekitar pertemuan politik, di mana terdapat kekurangan konten visual bagi para reporter, bisa sangat efektif.

D. PESAN

Para jurnalis dituntut untuk melaporkan secara berimbang, namun, secara sadar atau tidak, mereka sering kali menyajikan pesan dengan cara-cara yang memperkuat narasi dominan.

1. **Buatlah daftar pesan-pesan utama yang disampaikan oleh setiap artikel.**
2. **Apakah ada keseimbangan yang adil antara kutipan dari setiap “sisi” argumen; apakah setiap pandangan terwakili secara adil?**
3. **Periksa daftar tersebut dengan pesan-pesan utama organisasi Anda untuk menilai seberapa luas pesan-pesan tersebut diberitakan oleh media. Jika ya, catatlah bagaimana dan kapan pesan-pesan tersebut diberitakan. Apakah mereka disajikan dengan cara yang memajukan kampanye Anda, atau sebagai suara marjinal (sebuah “anggukan” jurnalistik untuk menunjukkan bahwa mereka melaporkan “kedua belah pihak”). Lakukan latihan yang sama untuk narasi yang dominan dan bandingkan kedua daftar tersebut**

E. PENGIRIM PESAN

Siapa pun yang dikutip dalam sebuah berita tentang isu tertentu memiliki dampak pada bagaimana isu tersebut digambarkan kepada publik..

1. Hitunglah kelompok mana yang paling sering dikutip, bersama dengan berapa banyak orang dari setiap kelompok yang dikutip, dan buatlah sebuah bagan untuk membantu menganalisa mengapa beberapa kelompok lebih sering dikutip dibandingkan yang lain.
2. Periksa kutipan mana yang mendukung berbagai pendapat yang diungkapkan dalam dialog seputar sebuah isu dan nilai apakah setiap artikel menyajikan pendapat yang berimbang atau tidak.
3. Catatlah seberapa sering dan siapa yang dikutip sebagai perwakilan organisasi atau gerakan Anda.

Carilah kutipan-kutipan yang mendukung para pembuat kebijakan, pakar akademis, dll. Carilah orang-orang penting secara online. Cari tahu untuk siapa mereka bekerja, siapa yang mendanai pekerjaan tersebut dan apa tujuan organisasi atau individu tersebut. Ingatlah bahwa sebagian besar perusahaan besar mempekerjakan perusahaan hubungan masyarakat untuk mengelola komunikasi mereka. Jika bisa, cari tahu siapa mereka. Hal ini akan memberikan Anda wawasan tentang “mesin” yang Anda hadapi, serta kepribadian dan dinamika kekuasaan di baliknya.

Beberapa perusahaan telah berinvestasi dalam analisis media dan komentar seputar isu-isu kontroversial, seperti transgenik. Sebagian besar investasi ini bersifat rahasia, namun ada baiknya Anda melakukan pencarian online untuk memeriksanya. Sebagai contoh, [Wellcome Trust](#) mendanai [blog ini](#) untuk isu-isu ilmiah yang sedang menjadi perdebatan. Meskipun sumber-sumber ini didanai oleh para pendukung narasi dominan, mereka dapat memberikan wawasan dan sudut pandang yang berharga untuk dieksplorasi ketika menyusun kontra-narasi.

LANGKAH 4 - MENARIK KESIMPULAN

Perkiraan waktu: 1,5 hari

ABADIKAN HASIL ANDA

Luangkan waktu untuk menilai temuan-temuan yang telah Anda tangkap dan mencari tren di seluruh kategori di atas. Jika Anda telah memilih artikel-artikel di beberapa momen yang berbeda (misalnya, di sekitar serangkaian pertemuan politik pengambilan keputusan), Anda dapat mengidentifikasi perubahan gaya pelaporan atau tingkat bias dari waktu ke waktu.

Secara umum, ketika sebuah isu yang muncul atau teknologi baru mulai menarik perdebatan sosial yang lebih luas, media merespons dengan tingkat pertanyaan yang lebih dalam. Demikian pula, ketika sebuah isu berada di bawah sorotan politik, minat media meningkat, dan wartawan secara aktif mencari sudut pandang cerita yang baru. Momen-momen ini merupakan peluang utama untuk intervensi dan pengaruh masyarakat sipil karena wartawan cenderung mendengarkan dengan lebih saksama pandangan-pandangan alternatif – dan terbuka terhadap sudut pandang atau “petunjuk” baru untuk diinvestigasi.

Buatlah daftar media dan/atau wartawan tertentu yang lebih selaras dengan isu Anda, dan mereka yang tidak. Ingatlah bahwa bias media dapat disebabkan oleh beberapa alasan, salah satunya adalah karena banyak wartawan yang tidak menyelidiki berita secara menyeluruh karena keterbatasan waktu, atau karena mereka telah diberi pengarahan oleh para pendukung narasi yang dominan. Pertimbangkan apakah beberapa reporter dapat mengambil manfaat dari acara pengarahan media, atau pertemuan 1:1.

MENILAI KOMUNIKASI ANDA SENDIRI

Lihatlah intervensi media Anda sendiri untuk menilai apakah pesan-pesan kunci dan bahasa yang digunakan untuk menyampaikannya mendukung posisi narasi Anda, atau secara tidak sengaja memperkuat narasi yang dominan. Sebagai contoh:

BIAS

Periksa apakah materi komunikasi Anda menyajikan masalah dengan cara yang dapat melawan bias. Berhati-hatilah untuk tidak memperkuat deskripsi narasi dominan dalam narasi tandingan Anda – dekati cerita dengan cara Anda sendiri.

KUTIPAN

Periksa apakah kutipan yang dikaitkan dengan “juru bicara” Anda dapat disesuaikan untuk membahas sudut pandang yang diabaikan atau disalahartikan dengan lebih baik. Periksa gaya penulisan dari kutipan-kutipan Anda. Pikirkan tentang nilai-nilai yang ingin digambarkan oleh gerakan Anda, apakah “kepercayaan” dan “kebenaran”, atau “keahlian” dan “wawasan”, misalnya. Pastikan semua kutipan yang Anda gunakan membuat nilai-nilai Anda jelas bagi pembaca. Meskipun emosi dapat menjadi efektif, perlu diingat bahwa banyak pembaca yang mungkin tidak memiliki semangat yang sama dengan Anda, jadi gunakanlah bahasa yang emotif dengan hati-hati dan pastikan bahasa tersebut tidak mengaburkan nilai-nilai utama Anda.

BAHASA

Pertimbangkan apakah ada gambar, kata, atau nada tertentu yang harus Anda hindari, atau kata atau frasa tertentu yang harus Anda gunakan lebih banyak. Misalnya, beberapa kata digunakan secara tidak akurat oleh media. Kata-kata lain dipromosikan oleh para pendukung suatu isu atau teknologi. Terkadang mereka menggunakan metafora emotif untuk mempromosikan kebutuhan akan suatu teknologi, atau citra negatif untuk menggambarkan mereka yang menentangnya. Pikirkan apakah Anda dapat menggunakan kembali

bahasa mereka dalam komunikasi Anda sendiri untuk mengalihkan konotasi negatif untuk menggambarkan teknologi itu sendiri, misalnya.

GAYA BERCERITA

Pertimbangkan gaya bercerita lainnya untuk melawan misrepresentasi, seperti studi kasus. Misalnya, studi kasus tentang bagaimana pertanian skala kecil di Afrika memberikan ketahanan pangan bagi komunitas mereka selama pandemi COVID-19 dapat membantu mengganggu narasi kebutuhan, yang digunakan untuk menjustifikasi impor teknologi pertanian yang kontroversial. Kisah ini dikesampingkan oleh beberapa lembaga bantuan karena tidak sesuai dengan agenda narasi para donor.

SUARA

Orang akan lebih mudah menerima pesan jika disampaikan oleh orang yang mereka percayai, atau yang mereka kenal. Penting bagi mereka yang paling terpengaruh oleh suatu masalah untuk menjadi suara utama, tetapi menyertakan penyampai pesan lainnya dapat menjadi cara strategis untuk menjangkau audiens yang berbeda. Mereka dapat berkisar dari selebriti hingga akademisi dengan reputasi yang baik di bidang terkait. Jika mereka setuju dengan tujuan Anda, dan bersedia memberikan “dukungan pihak ketiga” terhadap pesan Anda melalui editorial atau wawancara, keterlibatan mereka dapat menjadi cara yang ampuh untuk meningkatkan jangkauan dan pengaruh gerakan Anda.

FOLLOWING THE MONEY

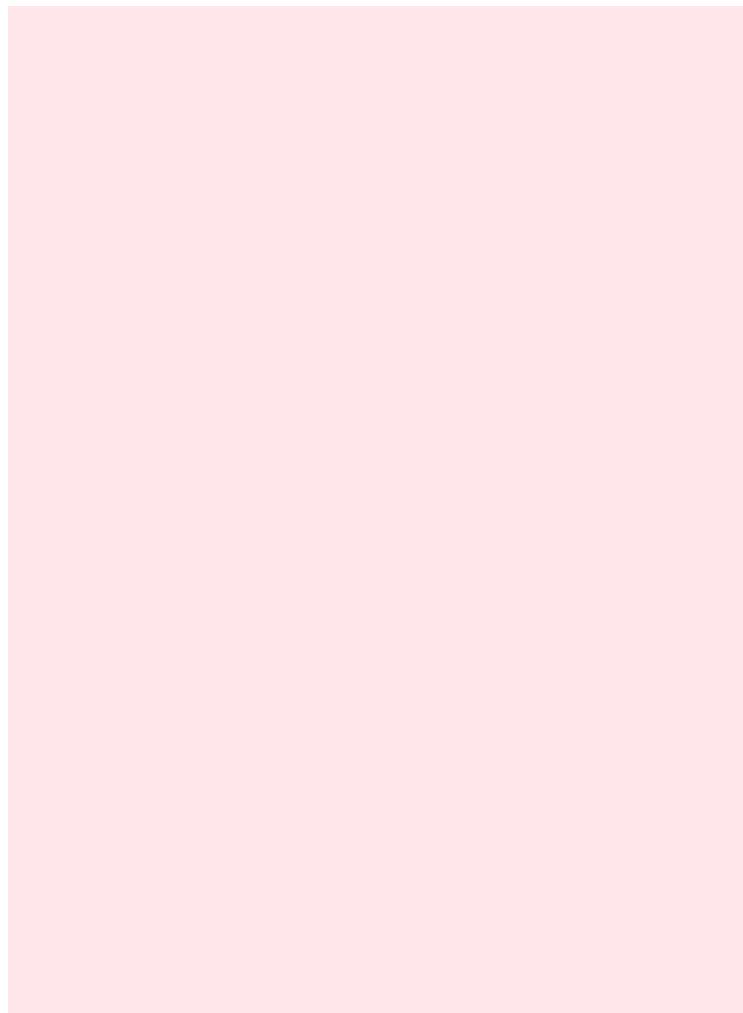
Kaji lah apakah ada nilai dalam mempublikasikan dinamika kekuasaan dan pendanaan di balik isu atau teknologi tertentu.

LANGKAH 5 - MENGIDENTIFIKASI REKOMENDASI

Perkiraan waktu: 1 hari

1. **Prioritaskan tindakan mana yang akan memberikan dampak paling besar bagi gerakan Anda, dan mana yang dapat diimplementasikan secara efektif dengan sumber daya yang Anda miliki.**
2. **Buatlah rencana aksi dan jadwal. Tindakan-tindakan tersebut dapat meliputi::**
 - A. **Peninjauan ulang terhadap pesan-pesan dan materi-materi komunikasi Anda**
 - B. **Pelatihan wawancara untuk “juru bicara” utama Anda**
 - C. **Mengorganisasi acara pengarahan untuk (atau pertemuan 1:1 dengan) wartawan yang berpengaruh yang menurut Anda akan mendapat manfaat dari penyediaan fakta dan statistik yang lebih akurat, atau dari mendengar sudut pandang Anda**
 - D. **Melibatkan orang-orang yang dapat memberikan dukungan pihak ketiga terhadap pesan-pesan Anda, seperti para pakar atau masyarakat yang terkena dampak**
 - E. **Menyempurnakan daftar kontak media Anda, dan membangun hubungan Anda dengan reporter atau outlet yang berpengaruh dengan merespons dengan cepat permintaan wawancara dan memberi mereka sudut pandang baru atau informasi latar belakang yang berguna. Anda juga dapat mempertimbangkan untuk menawarkan cerita secara eksklusif kepada jurnalis yang tepercaya.**
 - F. **Merevisi rencana komunikasi Anda ke depan untuk lebih fokus pada peristiwa-peristiwa tertentu yang menurut Anda menarik perhatian media secara signifikan, dan mungkin menyewa fotografer Anda sendiri sehingga Anda dapat menawarkan kepada outlet-outlet media gambar-gambar aksi-aksi protes Anda pada peristiwa-peristiwa tersebut.**

Sampaikan temuan-temuan dan rekomendasi Anda dalam format yang Anda pilih untuk dibagikan kepada kolega-kolega Anda, misalnya dalam bentuk presentasi PowerPoint. Anda mungkin ingin mengikuti kategori-kategori analisis di atas ketika mempresentasikan wawasan Anda.



Ilustrasi oleh Pilar Emitxin
Desain oleh Tom Joyes
Terjemahan oleh Dea Rusdiana

Kredit Foto

Hal 6, Foto oleh Civil Eats
Hal 24, Foto oleh Liyanawatte/Reuters
Hal 30, Foto oleh Emilio Garcia
Hal 44, Foto oleh Duong Tri
Hal 52, Foto oleh Markus Spiske
Hal 56, Foto oleh James Baltz
Hal 59, Foto oleh Bannon Morissy



A GROWING CULTURE