

## *Use of social media for Young Farmers in Entrepreneurship in Agriculture*

### Penggunaan Media Sosial Bagi Petani Muda dalam Berwirausaha di Bidang Pertanian

Hanarita Naffi Kusuma<sup>1</sup>, Zuhud Rozaki<sup>2</sup>, Retno Wulandari<sup>3</sup>, Cahyaningrum Arie Suryani<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Departement of Agrtbisnis; Faculty of Agriculture; Universitas Muhammadiyah Yogyakarta; 55183

Email: [hanarita.naffi.fp23@mail.umy.ac.id](mailto:hanarita.naffi.fp23@mail.umy.ac.id)<sup>1</sup>, [zaki@umy.ac.id](mailto:zaki@umy.ac.id)<sup>2</sup>, [retno.wulandari@umy.ac.id](mailto:retno.wulandari@umy.ac.id)<sup>3</sup>, [arie.suryani.fp22@mail.umy.ac.id](mailto:arie.suryani.fp22@mail.umy.ac.id)<sup>4</sup>

#### **ABSTRACT**

*Social media is a platform where everyone can access it, to share moments and information. Nowadays almost everyone has social media for entertainment or to publish something, over time social media is used as a medium to promote products from a business. This is because social media can reach a wider market at a more affordable cost, social media can also be applied to the agricultural sector, especially to educate the younger generation to be more familiar with agriculture and can pursue agriculture, because currently the majority of farmers in Indonesia are more than 40 years old. Where, it is very rare to find young people who are involved in agriculture due to lack of education. Even though we can maximise agricultural yields by utilising technology which is currently very sophisticated, various facilities can be obtained but there are still many who think that farming is very difficult and the benefits are not much, we as the next generation of the nation should care about this, we can contribute to the success of agricultural progress in Indonesia by sharing information about agriculture and inviting the public to realise the importance of the agricultural sector so that social media becomes a very important thing to support the progress of agriculture in Indonesia.*

**Keywords:** *young farmers, farmer regeneration, social media, entrepreneurship*

#### **ABSTRAK**

Media sosial merupakan sebuah wadah dimana setiap orang dapat mengaksesnya, untuk berbagi momen dan informasi, saat ini hampir setiap orang memiliki media sosial untuk sekedar hiburan atau mempublikasikan sesuatu. seiring berjalannya waktu media sosial dimanfaatkan sebagai media untuk mempromosikan produk dari sebuah bisnis. Hal ini dikarenakan media sosial dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih terjangkau, media sosial juga dapat diterapkan pada sektor pertanian, khususnya untuk mengedukasi generasi muda agar lebih mengenal pertanian dan dapat menekuni bidang pertanian, karena saat ini mayoritas petani di Indonesia berusia lebih dari 40 tahun. Dimana, sangat jarang ditemui generasi muda yang terjun dibidang pertanian karena kurangnya edukasi. Padahal kita dapat memaksimalkan hasil pertanian dengan memanfaatkan teknologi yang saat ini sudah sangat canggih, berbagai kemudahan dapat diperoleh namun masih banyak yang berfikir bahwa Bertani sangat sulit dan keuntungannya tidak seberapa., kita sebagai generasi penerus bangsa hendaknya peduli dengan hal tersebut, kita dapat berkontribusi untuk menyukseskan kemajuan pertanian Di Indonesia dengan membagikan informasi seputar pertanian dan mengajak Masyarakat agar menyadari pentingnya sektor pertanian sehingga media sosial menjadi suatu hal yang sangat penting untuk menunjang kemajuan pertanian di Indonesia.

**Keywords:** *petani muda, regenerasi petani, sosial media, wirausaha*

#### **PENDAHULUAN**

Kata media sosial pasti sudah tidak asing bagi generasi milenial, media sosial merupakan tempat atau wadah bagi setiap orang untuk berbagi segala sesuatu dengan bebas menggunakan internet. Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter.

- Awalnya media sosial digunakan untuk berkomunikasi

jarak jauh, mengabadikan momen dan berbagi informasi contohnya Instagram dan facebook, namun seiring berjalannya waktu media sosial digunakan untuk berbisnis (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Bahkan saat ini sudah merambah di sektor pertanian hal ini disebabkan karena kemudahan akses berbagi informasi di media sosial. semakin banyak pengikut pada media sosial akan semakin cepat pula informasi yang dibagikan sehingga pemasangan iklan pun akan jauh lebih efektif dan efisien untuk mempromosikan produk daripada mencetak poster ataupun spanduk (Tusanputri & Amron, 2021).

• Media sosial khususnya instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui instagram, informasi yang ingin kita sebar tidak harus berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebar kepada konsumen dengan mudah. (Puspitarini & Nuraeni, 2019)

### PERKEMBANGAN INTERNET

muncul lah sebuah profesi dengan jasa mempromosikan produk pengusaha pada orang-orang tertentu yang mempunyai dampak besar dalam penjualan produk yaitu influencer. Saat ini influencer menjadi pekerjaan Impian kaum milenial karena dinilai sangat menguntungkan hanya dengan bermodal banyak pengikut aktif disosial media (Hariyanti & Wirapraja, 2018). Dengan kelebihan itu kita dapat lebih mudah menarik minat generasi muda untuk terjun di sektor pertanian. Karena generasi muda cenderung tidak ingin ketinggalan trend, kita bisa menciptakan trend Bertani melalui promosi atau mempengaruhi orang lain dengan jasa influencer. Disini influencer berperan sebagai penyuluh untuk mempengaruhi dan berkomunikasi dilakukan secara sengaja oleh penyuluh untuk memberikan informasi agar membantu petani membuat keputusan yang benar dan mengubah perilaku petani menjadi lebih baik (Sumarti et al., 2017).

Saat ini hampir semua kalangan dan usia masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial untuk memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik. Dari data tersebut membuktikan bahwa tujuan utama penggunaan internet adalah mencari Informasi. Hal ini tentu menjadi peluang bagi pebisnis karena dapat dimanfaatkan sebagai media promosi produk dengan cepat dan efektif sesuai target pasar sesuai kategori usia. dilihat dari sisi ekonomi semakin tingginya minat masyarakat terhadap media sosial, maka memperoleh keuntungan dengan berbisnis melalui media sosial juga semakin mudah. (Istiani & Islamy, 2020) Penggunaan internet tahun 2016 hasil survey APJII tahun 2016 tentang prilaku pengguna internet bahwa pengguna sosial media adalah kegiatan yang sering dilakukan oleh masyarakat Indonesia, APJII telah melakukan survey mengenai prilaku pengguna internet Indonesia, Hasil survey tersebut menyatakan bahwa 97,4% atau 129,2 juta pengguna internet untuk media sosial, sedangkan 96,8% adalah keperluan hiburan dan 96,4% untuk mengakses berita rangkuman mengenai survey tersebut dapat dilihat dari gambar dibawah ini (Gunawan et al., 2021).

### STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Keberhasilan penggunaan media sosial dalam berwirausaha harus memperhatikan beberapa hal yaitu memahami

platform media sosial yang digunakan karena setiap platform memiliki karakter yang berbeda dengan target pasar yang ada. Contoh saat ini generasi muda cenderung lebih sering aktif pada tiktok dan Instagram sedangkan untuk usia diatas 40 tahun cenderung lebih aktif di facebook dan whatsapp, melihat fenomena tersebut sebagai pengusaha kita harus bisa membaca peluang dan memanfaatkan fitur media social secara maksimal, contohnya pada aplikasi tiktok Menawarkan fasilitas ongkos kirim gratis atau subsidi ongkos kirim kepada konsumen (Nur Arifah, 2015) selain itu konsistensi dalam



mengunggah konten yang relevan dengan target pasar penting untuk membangun interaksi. Keberhasilan dalam media sosial memerlukan waktu dan ketekunan hasil tidak mungkin langsung terlihat. Dalam penggunaan media sosial untuk berwirausaha, penting untuk mengembangkan strategi yang sesuai dengan tujuan dan karakteristik usaha.

Gambar 1 tujuan penggunaan internet

Sumber: GWI (Q3 2021)

Ada banyak cara bagi petani muda dalam penggunaan media sosial untuk mengembangkan bisnisnya, contohnya adalah Teknik marketing mix atau bauran, seperti yang kita ketahui bahwa bauran pemasaran adalah percampuran kegiatan yang ditargetkan oleh sistem pemasaran sehingga dapat mempengaruhi reaksi konsumen. Untuk menjalankan Teknik marketing ini ada empat unsur penting yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi). Reaksi konsumen yang diharapkan mampu meningkatkan eksistensi usaha pertanian dan menarik minat generasi muda untuk Bertani. Dengan media sosial petani muda dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan pelanggan yang potensial tanpa harus berhadapan secara langsung. Petani dapat berbagi foto, video, dan informasi tentang produk pertanian, selain itu dapat digunakan sebagai edukasi dan penyuluhan tentang praktik pertanian yang baik, hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas hasil pertanian. Saat ini sektor pariwisata adalah sektor yang menjanjikan, petani dapat pula mengelola pariwisata dengan konsep pariwisata untuk menarik wisatawan. Petani dapat

memanfaatkan platform di media sosial untuk mendapat dukungan keuangan untuk proyek-proyek pertanian (Herdiyani et al., 2022).

### KRISIS PETANI MUDA INDONESIA

Seperti yang kita ketahui bahwa di Indonesia mayoritas petani berusia diatas 40 tahun. Permasalahan yang terjadi di sektor pertanian pada era sekarang adalah menurunnya minat para petani muda untuk bekerja di sektor pertanian (Susilowati 2016). Permasalahan ini muncul disebabkan oleh kondisi kehidupan sosial ekonomi yang menurun dan rendahnya tingkat pendidikan (Sartika et al., 2016). Fenomena menurunnya minat pemuda untuk bekerja di sektor pertanian mempunyai konsekuensi bagi keberlanjutan sektor pertanian di masa depan. Bertambahnya jumlah penduduk setiap tahun yang diikuti oleh permintaan pangan menyebabkan beban sektor pertanian semakin berat. Minat pemuda sebagai generasi penerus petani harus ditumbuhkan untuk kembali ke sektor pertanian dan bertanggung jawab dalam peningkatan produksi dan produktivitas pertanian dan penyediaan pangan nasional (Susilowati, 2016a).

Selama sepuluh tahun terakhir jumlah tenaga kerja perdesaan yang bekerja dan mencari pekerjaan di kota semakin bertambah. Pendapatan orang tua dari hasil usahatani juga dapat mempengaruhi minat pemuda untuk berkeinginan atau tidak meneruskan usahatani keluarga (Arimbawa & Rustariyuni, 2018). Pemuda yang memiliki minat berusahatani melihat prospek keuntungan sehingga pendapatan menjadi pertimbangan utama (Arvianti dkk., 2015; Oktaviani dkk., 2017). Oleh karena itu jika pendapatan di sektor pertanian tinggi dan menguntungkan secara ekonomi maka akan menumbuhkan minat petani muda untuk berkecimpung di sektor pertanian, begitu pula sebaliknya. Menurut Sari dkk. (2017), dan Coxhead & Shrestha (2016),

Kemajuan pendidikan Indonesia lebih mengarahkan pada pekerjaan di sektor industri (Arvianti et al., 2019). Makadari itu banyak petani yang kurang terampil dalam penggunaan teknologi dan media sosial, kemudian kesulitan dalam membaca menulis dapat menghambat kemampuan petani untuk berkomunikasi secara efektif, usia usia tersebut mungkin tidak memiliki perangkat seperti smartphone. Petani sering memiliki jadwal yang padat dan tuntutan pekerjaan sehari-hari yang tinggi hal ini sehingga tidak ada waktu untuk mengelola akun media sosial. Pendidikan pada umumnya akan mempengaruhi petani, baik dalam bertindak maupun dalam berfikir. Pendidikan yang relatif lebih tinggi akan menyebabkan petani lebih dinamis. Oleh karena itu pendidikan akan mempengaruhi bagaimana petani bekerja dalam kelompok. Pengalaman berusaha tani merupakan salah satu faktor keterampilan petani dalam mengembangkan usahatannya. Pengalaman berusaha tani

akan diperoleh bersamaan dengan bertambahnya umur petani serta berhubungan dengan tingkat kematangan petani untuk menentukan kesiapan dan keputusan dalam suatu permasalahan dalam usahatannya sendiri atau kelompok (Sukanata & Yuniati, 2015).

Dari beberapa hambatan di atas sudah jelas bahwa faktor utama dari keterlambatan sektor pertanian di Indonesia adalah kurangnya peran generasi muda dalam bertani. Namun tidak sedikit pula orang yang berhasil di sektor pertanian dengan menggunakan media sosial dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik, kesuksesan petani muda umumnya mencerminkan kreativitas, adaptabilitas, pemahaman tentang media sosial dan fokus pada praktik pertanian yang berkelanjutan dan etis (Arvianti et al., 2019).

Tabel 1. kelompok usia profesi petani di Indonesia

Kelompok umur	Jumlah usia	%
<25	273.839	0,99
25-34	2.947.254	10,65
35-44	6.689.635	24,17
45-54	7.813.407	28,23
55-64	6.134.987	22,16
>65	3.822.995	13,81

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2018

Mengingat saat ini sebagian besar orang menggunakan media sosial sebagai kebutuhan. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik generasi muda pada sektor pertanian adalah menyebarluaskan arus informasi pertanian melalui media sosial. Membangun pertanian dalam konteks industri yang sarat dengan inovasi dan teknologi yang menangani hulu hingga hilir akan memberikan peluang yang besar dalam menghasilkan aneka produk pertanian yang bernilai ekonomi tinggi. Pendekatan bioindustri pertanian menjadi sangat penting dan strategis untuk mewujudkan upaya tersebut (Sostenes Konyep, 2021).

## PENERAPAN TEKNOLOGI PERTANIAN

Gambar 2 contoh penerapan teknologi pertanian



Pada hakekatnya teknologi adalah alat bantu manusia untuk mempermudah dan memperlancar usaha agar mencapai tujuan. Tujuan utama dari penggunaan media social bagi petani muda adalah untuk menyebarkan informasi dan mempublikasi produk yang ditawarkan. Maka diharapkan dengan bantuan teknologi ini sektor pertanian dapat berkembang lebih maju untuk membuka wawasan Masyarakat khususnya generasi muda. Penyebaran informasi terkait inovasi baru tidak serta merta berjalan lancar ada beberapa factor yang mempengaruhi informasi pertanian sulit diterima contohnya sebagai berikut.

Pertanian di kalangan milenial identic dengan pemanfaatan teknologi yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan produksi. Pemanfaatan teknologi memunculkan berbagai jenis startup yang memungkinkan ide-ide cemerlang dari generasi muda untuk berkembang menjadi solusi yang inovatif dalam memecahkan berbagai permasalahan pertanian. Salah satunya adalah TaniGroup yang tidak hanya memadukan pertanian dan teknologi dalam satu kesatuan tetapi secara langsung memberikan dampak sosial ke masyarakat. Masih ada beberapa startup pertanian lain yang bergerak dari hulu ke hilir yang tujuannya ke arah peningkatan produktivitas pertanian dan efisiensi pemasaran. Ketertarikan dari para generasi muda untuk berkiprah di sektor pertanian ini perlu mendapat dukungan khusus agar tetap eksis dan bisa memberikan motivasi bagi banyak generasi muda lainnya. Pertanian dengan berbasis teknologi sangat cocok untuk generasi milenial saat ini (Lakitan 2019)(Rachmawati & Gunawan, 2020).

Pada kenyataannya masih ada kesenjangan antara teknologi yang dianjurkan penyuluh dengan teknologi yang dibutuhkan petani tentu menimbulkan keraguan dari para petani, terkadang proses penyuluhan tidak berjalan sesuai yang diharapkan petani, contohnya dalam proses penyuluhan diselipkan dengan iklan suatu produk yang dianggap hanya strategi marketing saja. Selain itu penyuluh harus memahami prinsip-prinsip penyuluhan yang akan disampaikan kepada petani agar tidak timbul keraguan

dalam hati petani. mengubah teknologi memang tidak mudah, petani memerlukan modal yang lebih besar. Di samping itu, mengubah kebiasaan bukan merupakan pekerjaan yang mudah, apalagi jika berisiko terlalu besar. Hal ini terkait dengan masalah sosial budaya. Makin kecil skala usaha petani, maka petani semakin takut dengan risiko karena kegagalan panen akan berpengaruh pada masalah ketahanan pangan (Indraningsih, 2011)

Penyuluhan dan bantuan teknologi berupa social media hanya sebatas sarana agar pertanian semakin maju, untuk merealisasikan hal tersebut perlu adanya motivasi. Motivasi merupakan pendorong yang dapat memicu dan mengarahkan perilaku individu untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Setiap orang memiliki reaksi yang berbeda beda terhadap motivasi yang dimilikinya, yang selanjutnya secara tidak langsung mempengaruhi kerjanya, Peranan motivasi terhadap kesuksesan cukup besar, karena kesuksesan bekerja selain ditentukan oleh seberapa besar kemampuan yang ada, ditentukan oleh motivasi (Sukanata & Yuniati, 2015). Suatu pekerjaan mengandung banyak faktor yang dapat menyebabkan timbulnya motivasi kerja petani dalam melakukan pekerjaan tersebut merasa termotivasi atau tidak dipengaruhi oleh perilaku. Manusia senantiasa ditantang oleh tuntutan-tuntutan ekonomi. Faktor tersebut sangat dominan dalam mempengaruhi motivasi seseorang. Oleh karena itulah tidak heran jika petani yang mempunyai motivasi tinggi biasanya mempunyai perilaku kerja yang tinggi pula. Untuk itu motivasi petani perlu dibangkitkan agar petani dapat menghasilkan pelaku kerja dalam kinerja kelompok yang baik. Maka dari itu semakin tinggi motivasi petani akan semakin tinggi pula keberhasilan dalam berwirausaha (Sukanata & Yuniati, 2015).

Sikap inovatif merupakan salah satu unsur kepribadian yang perlu dimiliki oleh petani dalam menentukan tindakan dan bertingkah laku terhadap suatu obyek. Sikap inovatif memiliki komponen kognisi, afeksi dan konasi yang berhubungan dengan penerapan inovasi dalam mengelola lahan pertanian. Petani yang memiliki ide-ide baru dalam hal mekanisasi pertanian diharapkan dapat meningkatkan produktivitasnya, yang dalam hal ini secara filosofi s merupakan sikap mental dan upaya manusia untuk membuat lebih baik dari sebelumnya. Sedangkan secara operasional produktivitas adalah ratio output terhadap input, semakin besar rasio tersebut menggambarkan bahwa petani makin produktif. Petani yang produktif adalah petani yang dapat menyelesaikan tugasnya dengan tepat waktu dan sesuai dengan standar mutu dengan menggunakan sumberdaya yang efisien dan meningkatkan taraf hidup sikap inovatif inilah yang harus terus dikembangkan dalam pemanfaatan media social. (Adi, 2005).

Inovasi teknologi berupa media social ini tentu tidak

langsung diterima begitu saja oleh para petani, Persepsi petani terhadap inovasi teknologi menunjukkan peningkatan yang berarti jika pada inovasi teknologi tersebut terkait langsung dengan aspek kebutuhan dan preferensi petani terhadap teknologi lokal ataupun usahatani terpadu. Peningkatan persepsi petani terhadap inovasi akan semakin tajam jika pada diri petani terdapat sifat berani mengambil risiko dan lebih berorientasi ke luar sistem sosialnya (kosmopolit). Faktor penting yang menunjang peningkatan persepsi petani terhadap inovasi adalah ketersediaan input (sarana produksi), dan sarana pemasaran (termasuk sistem pemasaran yang baik). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan petani untuk mengadopsi teknologi adalah manfaat langsung dari teknologi yang berupa keuntungan relatif (termasuk keuntungan ekonomi yang lebih tinggi), kesesuaian teknologi terhadap nilai-nilai sosial budaya, cara dan kebiasaan berusahatani, kerumitan penerapan teknologi, serta persepsi petani terhadap pengaruh media/informasi interpersonal sebagai penyampai teknologi yang komunikatif bagi petani (Indraningsih, 2011).

Transfer dan diseminasi teknologi adalah salah satu kebutuhan yang paling krusial untuk membangun pertanian Indonesia. Oleh karena itu, peran ergonomi sangat dibutuhkan terutama dalam kaitannya dengan desain, adopsi, adaptasi dan implementasi teknologi pertanian (terutama alat dan mesin) agar dihasilkan kesesuaian dan efektifitas teknologi yang bersangkutan terhadap kondisi kerja dan operator di Indonesia.. Manual handling masih mendominasi (lebih dari 80%) aktivitas produksi pertanian di Indonesia. Oleh karena itu intervensi ergonomi dalam kaitannya dengan pencegahan Musculoskeletal Disorders (MSDs) juga sangat dibutuhkan guna memperkecil resiko cedera dan kecelakaan kerja yang pada akhirnya sangat mempengaruhi produktivitas (Syuaib, 2015).

Agro Jowo adalah sebuah pengembangan dari sistem informasi agro yang hadir untuk menjadi media pemasaran yang bersifat business to business bagi para petani atau UKM di bidang olahan hasil pertanian, perikanan dan peternakan, serta para pelaku usaha atau pedagang baik usaha perdagangan dengan penjualan lokal atau ekspor. Para petani dapat mencatatkan hasil panen, pelaku usaha dan memposting produk-produk hasil olahannya, sedangkan para pedagang akan dengan mudah mendapatkan informasi komoditas pertanian dan hasil olahan untuk dijual dalam jumlah besar baik untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun ekspor. Selain itu, iMace (Indonesian Map of Agricultural Commodities suatu aplikasi yang mampu menampilkan peta komoditas pertanian disuatu daerah yang potensial untuk dilakukan eksportasi. Akses peta pertanian ini diberikan pemerintah daerah oleh Kementerian Pertanian melalui Badan Karantina Pertanian guna optimalisasi pengambilan kebijakan pengembangan komoditas pertanian ekspor di suatu daerah. Ini akan

memudahkan para petani yang memiliki komoditas potensial di daerahnya untuk mengekspor produk pertanian ke negara yang memiliki potensi untuk menjadi tujuan ekspor (Kementerian Pertanian 2019c)(Rachmawati & Gunawan, 2020).

## MODERNISASI PETANI

Modernisasi pertanian adalah suatu perubahan pengelolaan usaha tani dari tradisional ke pertanian yang lebih maju dengan penggunaan teknologi-teknologi baru. Modernisasi dapat diartikan sebagai transformasi atau perubahan. Dalam arti yang lebih luas, transformasi tidak hanya mencakup perubahan yang terjadi pada bentuk luar, namun pada hakekatnya meliputi bentuk dasar, fungsi, struktur, atau karakteristik suatu kegiatan usaha ekonomi masyarakat (Pranadji, 2000)(Ismanto et al., 2013)

Kelompok tani bisa menjadi wadah belajar, yaitu sarana untuk bekerja sama dalam mengembangkan ekonomi berbasis pertanian. Kelompok tani dapat berperan penting dalam menyebarkan informasi dan teknologi yang baru kepada petani lainnya. Cara yang tepat untuk penyebaran informasi ini adalah dengan penyuluhan kelompok. Selain penyuluhan secara langsung, dapat dibuat web resmi yang berisi informasi seputar pertanian atau menyuluhkan melalui media social dengan kemasan yang menarik, sehingga tidak terkesan terlalu kaku agar lebih mudah dipahami oleh petani, khususnya generasi milenial yang ingin terjun ke sektor pertanian. Metode penyuluhan kelompok lebih lebih tepat guna daripada media massa. Dengan metode ini akan terjadi umpan balik yang dapat mengurangi salah pengertian antara penyuluh dan petani dalam penyampaian informasi. Dalam metode ini, interaksi yang timbul antara petani dan penyuluh akan lebih intensif. Selain itu, petani diajak dan dibimbing secara berkelompok untuk melaksanakan kegiatan yang lebih produktif atas dasar kerja sama. Untuk mencapai pembangunan pertanian yang ber- kelanjutan (Virianita et al., 2019)

Petani dalam mengelola usaha taninya, menggunakan sumber-sumber pengetahuan dan informasi yang berbeda baik perorangan maupun yang bersumber dari lembaga swasta/pemerintah dengan perantara berbagai media. media yang biasa digunakan selama ini adalah televisi dan radio. Namun demikian, sarana informasi melalui media massa tersebut minim konten- konten yang berhubungan dengan teknologi tepat guna yang dapat diterapkan oleh petani. Salah satu cara untuk mengakses informasi dan pengetahuan pertanian yang baik adalah dengan memanfaatkan internetworking. Internet dipilih karena dapat terhubung dengan berbagai sumber informasi yang lebih beragam dan dapat dipilah sendiri oleh petani.(Prawiranegara, 2016). Semua petani muda sudah memiliki akses terhadap TIK dengan sebagian besar berada

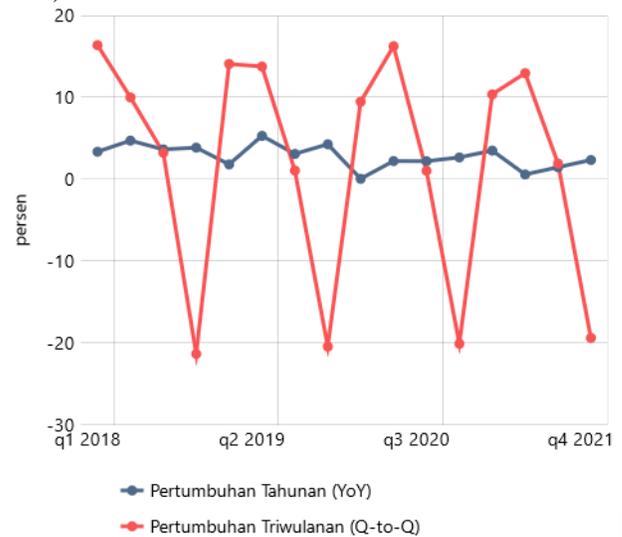
pada enam sampai sembilan kali per minggu. Akses TIK ini seperti chat melalui pesan singkat dan whatsapp, telephone dan browsing pada saluran internet. Saluran media yang paling sering diakses adalah whatsapp, baik pribadi maupun grup. Isi chat terkait pertanian yang sering tampil adalah informasi komoditas/varietas, produk yang dibutuhkan, harga dan pasar. Pada grup whatsapp, beberapa kali dilakukan juga diskusi tentang teknis budidaya komunitas pertanian dengan menampilkan narasumber (Anwarudin et al., 2020).

Kapasitas Petani Perkembangan kehidupan petani selalu terkait dengan kapasitas diri dan pengaruh lingkungan yang melingkupi keberadaan petani. Setiap individu termasuk petani secara alamiah selalu memiliki kapasitas yang melekat pada dirinya. Kapasitas petani merupakan daya-daya yang dimiliki pribadi seorang petani untuk dapat menetapkan tujuan usahatani secara tepat dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan cara yang tepat pula. Dengan demikian kapasitas merupakan aspek-aspek yang terinternalisasi dalam diri petani yang ditunjukkan oleh pengetahuan, sikap dan keterampilan untuk menjalankan kegiatan usahatani. Dalam kegiatan usahatani agar petani dapat berhasil dalam melakukan usahatani diperlukan kapasitas petani yang tinggi agar mampu dalam mengidentifikasi potensi dan memanfaatkan peluang yang dimiliki agar usahatani yang dilakukan sesuai dengan tujuan usahatani yang telah ditetapkan dan mencapainya tujuan tersebut secara tepat kapasitas petani dalam menggunakan media social di Indonesia harus terus ditingkatkan dengan berbagai macam metode yang modern. (S. et al., 2008).

Keterbukaan informasi global dalam dunia internet working dapat berperan dalam membantu petani dengan melibatkannya secara langsung dengan sejumlah besar kesempatan dan membantu petani untuk memilih informasi yang sesuai dengan situasi dan kondisi di lapangan. Perkembangan jaringan pertukaran informasi di antara pelaku yang terkait, merupakan aspek penting untuk mewujudkan sistem pengetahuan dan informasi pertanian. Dengan dukungan teknologi informasi dan peran aktif institusi bidang pertanian, upaya untuk mengembangkan jaringan informasi bidang pertanian sampai di tingkat petani diharapkan dapat diwujudkan (Prawiranegara, 2016)

Potensi-potensi lokal maupun kapasitas petani harus dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin sambil menerapkan berbagai inovasi/teknologi tepat guna sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan petani. Tjitropranoto (2003) mengemukakan bahwa pendekatan yang menekankan kepada kapasitas diri petani dan kapasitas sumberdaya yang dimiliki petani akan menjamin keberlanjutan adopsi inovasi (teknologi pertanian) dan juga dapat meningkatkan kapasitas petani dalam menjalankan usahatani. Kapasitas yang dimiliki petani dalam melaksanakan usaha pertanian harus

selalu ditingkatkan dan dikembangkan agar mampu menghadapi persaingan global. Dalam sistem usaha pertanian sayuran di Indonesia masih di dominasi oleh system pengelolaan rakyat. Sistem pengelolaan rakyat dicirikan dengan sebatas kantong-kantong produksi yang bersifat kawasan produksi, pertanaman menggunakan teknologi sederhana dan penggunaan informasi pasar belum memadai, modal terbatas, dan lebih bersifat individu. Usahatani sayuran memiliki ketergantungan tinggi terhadap preferensi konsumen (pasar), sehingga kondisi tersebut harus segera diperbaiki dan diubah agar dapat bersaing di pasar (S. et al., 2008).



Gambar 3. pertumbuhan sektor pertanian tahunan dan triwulan (2018-TW II-2021)

Sumber: Katadata

Untuk mendukung modernisasi sektor pertanian, TaniHub Group, Kelompok Bank Dunia, dan Microsoft Indonesia memprakarsai Cultivhacktion. Ini bertujuan menghadirkan solusi teknologi bagi percepatan transformasi digital di bidang pertanian. Cultivhacktion berasal dari tiga kombinasi kata, yakni, membudidayakan (*cultivate*), acara para pegiat teknologi (*hackaton*), serta tindakan (*action*). Beberapa organisasi seperti Plug and Play, FAO, Institut Pertanian Bogor, Data Science Indonesia, GrowAsia, Planet, dan MDI Ventures pun turut mendukung kegiatan ini. Untuk meningkatkan pertanian sama dengan mengatur keuangan, ya. Kita perlu mempelajari ilmunya terus menerus biar semakin berkembang. (haryati, 2021)

Cyber extension merupakan pengembangan informasi dan inovasi pertanian berbasis teknologi informasi komunikasi (TIK), dilakukan menggunakan jaringan komputer terprogram, yang terkoneksi dengan internet. Berkembangnya sistem penyuluhan melalui cyber extension secara leluasa akan lebih mampu mengembangkan sistem

akses informasi aktual, inovasi, kreativitas, dan uji lokal. Cyber extension merupakan alternatif metoda penyuluhan yang efektif dan tepat guna dalam rangka memberdayakan petani dan masyarakat pertanian pada umumnya. penyampaian informasi teknologi dari sumber teknologi kepada pengguna dilakukan dengan mengoptimalkan pemangku kepentingan dan memanfaatkan media diseminasi. Pemangku kepentingan yang terkait dengan diseminasi ini meliputi Pustaka, Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), lembaga penyuluhan, LSM, Ditjen teknis, BPTP, dan BPATP (Indraningsih, 2018)

Generasi muda pertanian berpotensi menjadi tenaga penggerak perubahan kerja sama antara petani milenial dengan petani lokal yang bersifat mutualistik dalam budi daya pertanian perlu dilakukan misalnya dalam hal kemitraan pemasaran baik melalui pemasaran konvensional dengan memperpendek rantai pasok dan ada mengembangkan aplikasi sistem pemasaran secara online (Lakitan 2019). Petani milenial bisa belajar tentang budi daya pertanian dengan pemanfaatan produk pangan lokal berdasarkan pengalaman dan nilai-nilai kearifan lokal yang dimiliki oleh petani tradisional, demikian sebaliknya petani tradisional bisa belajar pemanfaatan teknologi yang efektif untuk meminimalisir biaya distribusi dan pemasaran (Rachmawati & Gunawan, 2020).

## PENUTUP

Media social banyak membawa manfaat untuk kehidupan Masyarakat di era digitalisasi ini, khususnya para pengusaha, kemudahan akses media social dan keefektifan penggunaannya menjadi alasan digunakannya media social untuk mempromosikan suatu produk, hal ini menjadi teknologi inovasi yang harus masuk di sektor pertanian, karena media social erat kaitannya dengan generasi muda. Peran serta generasi muda dalam menyukseskan program pemerintah untuk memajukan sektor pertanian dapat dimulai dengan menyuluhkan informasi pertanian melalui media social, namun hal ini harus selaras dengan adopsi petani, adopsi petani bergantung pada kapasitas petani itu sendiri, upaya yang dilakukan harus terus dikembangkan agar generasi muda tertarik dan sadar pentingnya sektor pertanian dimasa mendatang. Selain itu media social juga membantu petani dalam menawarkan hasil pertanian secara global. Salah satu contoh dari pemanfaatan media social dalam sektor pertanian adalah pembuatan akun Instagram khusus dengan konten yang berisi informasi seputar komoditas yang ditanam, hasil penjualan, atau dengan menawarkan pemandangan yang indah di lahan dapat menarik minat banyak orang khususnya generasi muda untuk terjun dibidang pertanian.

## REFERENCE

Adi, I. R. (2005). *Etos kerja, motivasi, dan sikap inovatif*

*terhadap produktivitas petani*. 9(1), 27–33.  
<https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1244&context=hubsasia>

- Anwarudin, O., Sumardjo, S., Satria, A., & Fatchiya, A. (2020). The Entrepreneurial Capacity of Young Farmers on Agribusiness Activities in West Java. *Jurnal Penyuluhan*, 16(2), 267–276.  
<https://doi.org/10.25015/16202031039>
- Arvianti, E. Y., Masyhuri, M., Waluyati, L. R., & Darwanto, D. H. (2019). Gambaran Krisis Petani Muda Indonesia. *Agriekonomika*, 8(2), 168–180.  
<https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v8i2.5429>
- Gunawan, R., Aulia, S., Supeno, H., Wijanarko, A., Uwiringiyimana, J. P., & Mahayana, D. (2021). Adiksi Media Sosial dan Gadget bagi Pengguna Internet di Indonesia. *Techno-Socio Ekonomika*, 14(1), 1.  
<https://doi.org/10.32897/techno.2021.14.1.544>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121.  
<https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Indraningsih, K. S. (2011). PENGARUH PENYUKUHAN TERHADAP KEPUTUSAN PETANI DALAM ADOPTSI INIVASI TEKNOLOGI USAHA TANI TERPADU. *Jurnal Agro Ekonomi*, 29(1), 1–24.
- Indraningsih, K. S. (2018). Strategi Diseminasi Inovasi Pertanian dalam Mendukung Pembangunan Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 35(2), 107. <https://doi.org/10.21082/fae.v35n2.2017.107-123>
- Ismanto, K., Huda, M., & Maulida, C. (2013). Transformasi Masyarakat Petani Mranggen Menuju Masyarakat Industri. *Jurnal Penelitian*, 9(1).  
<https://doi.org/10.28918/jupe.v9i1.129>
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225.  
<https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Nur Arifah, F. (2015). ANALISIS SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI MARKETING DALAM BISNIS ONLINE. *Jurnal TRANSFORMASI*, 11(2), 143–149.
- Prawiranegara, D. (2016). Pengaruh Kualitas Informasi Berbasis Cyber Terhadap Kapabilitas Petani Sayuran Mengelola Inovasi Di Jawa Barat. *Sosiohumaniora*, 18(2), 177–184.  
<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v18i2.9954>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan

- Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rachmawati, R. R., & Gunawan, E. (2020). Peranan Petani Milenial mendukung Ekspor Hasil Pertanian di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 38(1), 67. <https://doi.org/10.21082/fae.v38n1.2020.67-87>
- S., H., Sumardjo, S., Asngari, P. S., Tjitropranoto, P., & Susanto, D. (2008). Kapasitas Petani Dalam Mewujudkan Keberhasilan Usaha Pertanian: Kasus Petani Sayuran Di Kabupaten Pasuruan Dan Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Penyuluhan*, 4(1). <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v4i1.2164>
- Sostenes Konyep. (2021). Mempersiapkan Petani Muda dalam Mencapai Kedaulatan Pangan. *Jurnal Triton*, 12(1), 78–88. <https://doi.org/10.47687/jt.v12i1.157>
- Sukanata, I. K., & Yuniati, A. (2015). *HUBUNGAN KARAKTERISTIK DAN MOTIVASI PETANI DENGAN KINERJA KELOMPOK TANI*. 28(1).
- Sumarti, T., Rokhani, & Falatehan, S. F. (2017). Strategi Pemberdayaan Petani Muda Kopi Wirausaha di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Penyuluhan*, 13(1), 31–39.
- Syuaib, M. F. (2015). *Pendekatan Ergonomi dalam Bidang Keteknikan Pertanian: Abstrak*. March. Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Tiktok shop. *Journal FEB UNMUL*, Vol. 23(4), hlm. 632-639.
- Virianita, R., Soedewo, T., Amanah, S., & Fatchiya, A. (2019). PRESEPSI PETANI TRHADAP DUKUNGAN PEMERINTAH DALAM PENERAPAN SISTEM PERTANIAN BERKELANJUTAN. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 24(2), 168–177. <https://doi.org/10.18343/jipi.24.2.168>