

TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN MINAT ANAK MUDA PADA SEKTOR PERTANIAN

¹Adhitya Herwin Dwiputra, ²Joshua Boanerges Tampi

¹Institut Komunikasi dan Bisnis: LSPR, ²Institut Komunikasi dan Bisnis: LSPR
Jl. K.H. Mas Mansyur No.Kav. 35, RT.12/RW.11, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
¹21072140024@lspr.edu, ²21072140019@lspr.edu

ABSTRAK

Sektor pertanian merupakan sektor yang krusial, termasuk di Indonesia. Jika sektor ini terabaikan, maka suatu negara akan kesulitan memenuhi kebutuhan pangan. Salah satu cara untuk mempertahankan sektor pertanian adalah dengan mendorong generasi muda untuk berpartisipasi. Aku Petani Indonesia melakukan kampanye di media sosial Instagram untuk menyuarakan regenerasi petani dengan mengajak generasi muda. Untuk mengukur efektivitas akun Instagram Aku Petani Indonesia dalam mempengaruhi minat anak muda bertani, maka dilakukan penelitian yang mengukur pengaruh terpaan media Instagram terhadap minat. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode campuran dan paradigma pragmatisme sebagai paradigma yang memadukan berbagai aliran filsafat untuk memperoleh sesuatu yang bermanfaat. Data diperoleh dari kuesioner kuantitatif yang diisi oleh 163 responden dan data kualitatif diperoleh dengan mewawancarai pengurus Aku Petani Indonesia dan salah satu perwakilan anggota yang terinspirasi dari unggahan Instagram Aku Petani Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berpartisipasi di sektor pertanian. Kemudian, berdasarkan wawancara kualitatif, banyak yang tertarik dengan Aku Petani Indonesia. Mereka tertarik dengan unggahan tentang promosi dan budaya tanaman, kegiatan Aku Petani Indonesia, dan live Instagram yang mengundang pakar dan praktisi ternama. Aku Petani Indonesia juga telah berhasil menginspirasi para petani muda di Indonesia karena Aku Petani Indonesia dapat memberikan semangat kepada para petani muda untuk terus menggeluti pertanian. Salah satu bukti yang bisa dilihat adalah peningkatan followers berlipat ganda dari 15 ribu menjadi 24 ribu. Dengan demikian, data kuantitatif dan kualitatif membuktikan bahwa Aku Petani Indonesia telah berhasil menginspirasi dan menanamkan minat anak muda di bidang pertanian. Tidak hanya itu, Aku Petani Indonesia bisa menginspirasi dan mendorong generasi muda untuk lebih aktif di sektor pertanian. Dengan demikian, Aku Petani Indonesia terbukti mampu menciptakan persepsi positif tentang sektor pertanian.

Kata kunci: Terpaan media, instagram, minat, persepsi, metode campuran

ABSTRACT

The agricultural sector is a crucial sector, including in Indonesia. If this sector is neglected, then a country will find it difficult to meet food needs. One way to maintain the agricultural sector is to encourage young people to participate. Aku Petani Indonesia conducted a campaign on social media Instagram to voice the regeneration of farmers by persuading young people. To measure the effectiveness of the Aku Petani Indonesia Instagram account in influencing young people's interest in farming, a study that measured the influence of Instagram media exposure on interest was carried out. This research is mixed-method research with the pragmatism paradigm as a paradigm that combines various philosophical schools to obtain something useful. The data was obtained from a quantitative questionnaire filled out by 163 respondents and qualitative data obtained by interviewing administrators of Aku Petani Indonesia and one of the member representatives inspired by

the Aku Petani Indonesia Instagram posts. The result of the research is that media exposure has a positive and significant effect on the interest in participating in the agriculture sector. Then, based on qualitative interviews, many are interested in Aku Petani Indonesia. They are interested in posts about promotion and plants cultivation, Aku Petani Indonesia activities, and live Instagram, which invites notable experts and practitioners. Aku Petani Indonesia has also succeeded in inspiring young farmers in Indonesia because Aku Petani Indonesia can provide enthusiasm for young farmers to continue to cultivate agriculture. One of the pieces of evidence that can be seen is the increase in followers has doubled from 15 thousand to 24 thousand. Thus, quantitative and qualitative data prove that Aku Petani Indonesia has successfully inspired and instilled young people's interest in agriculture. Moreover, since Aku Petani Indonesia could inspire and encourage youth to be more active in agriculture sector, Aku Petani Indonesia has been proven capable of creating positive perceptions about the agricultural sector.

Keywords: Media exposure, instagram, interest, perception, mixed method

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang penting bagi berbagai negara, termasuk Indonesia. Sektor ini sangat potensial untuk dikembangkan di Indonesia. Salah satu alasannya adalah sektor ini dapat menyerap tenaga kerja muda di Indonesia (Nugraha & Herawati, 2014). Indonesia adalah negara agraria yang bergantung pada sektor pertanian. Sektor ini memiliki berbagai subsektor seperti subsektor tanaman pangan, subsektor perikanan, subsektor hortikultura, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan. Sebagai salah satu sektor yang dominan, sangat membutuhkan sumber daya manusia yang banyak (Rompas et al., 2015). Namun, banyak orang ingin berpindah dari sektor pertanian ke sektor lain, sehingga menyebabkan kelangkaan tenaga kerja pertanian. Fenomena seperti ini sudah biasa terjadi di Indonesia. Alih fungsi lahan pertanian akan berdampak pada penurunan produksi pangan sehingga mengancam swasembada pangan dan investasi untuk infrastruktur pertanian khususnya saluran

irigasi Indonesia (Nugroho et al., 2018).

Sektor pertanian menjadi salah satu sektor yang kurang diminati oleh masyarakat ketimbang sektor lain.

Di Indonesia telah terjadi penurunan minat generasi muda terhadap sektor pertanian. Fenomena tersebut terlihat jelas dari rendahnya jumlah mahasiswa Fakultas Pertanian dan sedikitnya lulusan Fakultas Pertanian yang mengejar keahliannya. Rata-rata usia petani yang ada semakin tua. Hal ini berakibat pada penurunan produktivitas tenaga kerjanya (Budiasa, 2010). Ini berarti Indonesia perlu mencari cara untuk memastikan regenerasi masyarakat yang berpartisipasi di sektor pertanian. Oleh karena itu, bangsa ini harus membidik masyarakat, terutama kaum muda, agar mereka tertarik untuk berkontribusi di sektor tersebut. Pemuda adalah aset bangsa karena fungsinya sebagai generasi penerus untuk melanjutkan tanggung jawab dari generasi sebelumnya (Nurmalisa, 2017). Mereka adalah calon potensial untuk membangun pembangunan yang diharapkan di negara mereka.

Jika suatu bangsa dapat mengelola potensi pemuda dengan baik, bangsa ini dapat memiliki landasan yang kuat untuk masa depan sehingga dapat mengamankan hasil yang positif di masa mendatang (Nurmalisa, 2017). Dengan demikian, membidik pemuda untuk berpartisipasi di sektor pertanian adalah keputusan yang bijaksana. Kaum muda layak untuk diteliti sebagai subjek, juga sebagai partisipan. Dengan cara ini, peneliti dapat menjawab pertanyaan terkait kecenderungan mereka tentang mengapa banyak pemuda tidak mungkin memilih sektor pertanian (White, 2012). Minimnya minat kalangan pemuda untuk berpartisipasi di sektor pertanian, memicu munculnya banyak kampanye dan organisasi untuk menarik partisipasi masyarakat di sektor pertanian. Di antara organisasi dan kampanye sosial yang ada, Indonesia memiliki organisasi aktif yang khusus ditujukan untuk kaum millennial untuk membangun kesadaran mereka tentang masa depan sektor pertanian bernama Aku Petani Indonesia.

Gerakan ini muncul karena keprihatinan pendirinya terhadap fenomena di mana banyak anak muda yang menolak untuk berpartisipasi dalam pertanian. Adhitya Herwin Dwiputra, pendiri adalah lulusan fakultas pertanian. Adhitya Herwin Dwiputra adalah pendiri Aku Petani Indonesia. Beliau adalah lulusan Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada Yogyakarta jurusan Agronomi. Ia menyadari bahwa sektor pertanian merupakan aspek fundamental suatu bangsa.

Dengan demikian, Aku Petani Indonesia lahir sebagai kampanye sosial dengan visi yang gemilang, berkontribusi dalam proses regenerasi pertanian Indonesia (Agrozine, 2020). Pemuda sangat penting untuk kemajuan bangsa karena banyak potensi dan kreativitas yang berguna untuk pembangunan Indonesia (Pinilas et al., 2017). Salah satu strategi untuk mendorong masyarakat, khususnya kaum muda untuk berpartisipasi di sektor pertanian adalah dengan memanfaatkan internet. Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk berbagi pesan, memposting iklan, dan kegunaan lainnya.

Banyak orang mengekspresikan diri di Instagram, mereka memilih Instagram karena popularitasnya (Ferwerda & Tkalcic, 2018). Aku Petani Indonesia memiliki akun Instagram sendiri bernama “akupetani.id” dengan lebih dari 24 ribu pengikut. Jumlah suka (like) rata-rata mencapai ratusan, dan jumlah *views* video sekitar ribuan, bahkan ada yang lebih dari sepuluh ribu. Namun belum ada penelitian yang mengukur kekuatan dari konten-konten yang dibagikan di Instagram dalam mempengaruhi minat anak muda. Penelitian yang mempelajari seperti apa pemahaman anak muda terhadap konten-konten yang dibagikan oleh Aku Petani Indonesia juga belum dilakukan. Oleh sebab itu, perlu untuk diadakan studi untuk mengukur terpaan media sosial Instagram Aku Petani Indonesia dalam mempengaruhi minat anak muda dalam berpartisipasi pada

sektor pertanian. Terpaan media itu sendiri adalah kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan media atau mengalami dan memperhatikan pesan-pesan yang terjadi pada individu atau kelompok (Rachmat, 2010). Minat adalah keinginan yang kuat dan dapat memotivasi seseorang untuk bertindak (Ramadhan et al., 2015). Artinya, seseorang yang memiliki minat melakukan sesuatu akan berpotensi untuk melakukan hal tersebut.

Minat juga merupakan sikap positif yang ditimbulkan setelah menerima rangsangan ketika memandang suatu produk. Rangsangan ini menimbulkan keinginan untuk membeli suatu produk sesuai dengan kebutuhan (Wicaksono, 2017). Di sisi lain, terpaan media terdiri dari tiga aspek seperti frekuensi, durasi, dan atensi. Frekuensi merupakan rutinitas seseorang dalam menggunakan media. Durasi adalah berapa lama seseorang menggunakan media (Rakhmat, 2009). Sementara atensi mengukur tingkat perhatian yang diberikan konsumen terhadap konten atau informasi yang disajikan adalah perhatian. Kemudian atensi juga mencakup seberapa baik konsumen memahami informasi yang disampaikan oleh media (Kevin & Sari, 2018). Terpaan media telah terbukti memiliki pengaruh pada banyak aspek. Misalnya, sebuah penelitian menunjukkan bahwa terpaan media secara signifikan memengaruhi citra destinasi (Ayuningtyas et al., 2019). Terpaan media juga telah terbukti memiliki pengaruh positif terhadap minat.

Contohnya pada penelitian terpaan program Indonesian Idol (RCTI) terhadap minat masyarakat menjadi artis di mana terpaan tersebut berpengaruh positif terhadap minat (Syahril et al., 2020).

Terpaan media juga dapat mempengaruhi penilaian entitas (Seate & Mastro, 2015). Penelitian juga menyatakan bahwa terpaan media dapat menambah akses pada intuisi moral (Tamborini et al., 2018). Minat beli juga dapat dipengaruhi oleh dampak terpaan media (Qader & Zainuddin, 2011). Melalui penelitian-penelitian ini, terpaan media terbukti relevan dalam berbagai situasi. Suatu media juga dapat keyakinan dan perilaku konsumen, bergantung pada jumlah terpaan informasi yang diberikan secara konsisten pada waktu tertentu (Ayuningtyas et al., 2019). Penelitian ini menyatakan bahwa terpaan media memiliki pengaruh terhadap minat individu. Sementara minat dapat dikategorikan menjadi beberapa komponen yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratori. Minat transaksional merupakan kecenderungan untuk menggunakan suatu produk. Minat referensial merupakan kecenderungan orang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain. Minat preferensial adalah perilaku dari individu yang memiliki preferensi pada produk tertentu. Minat eksploratori adalah perilaku seseorang yang selalu mencari informasi tentang produk yang

diminati dan mencari informasi positif untuk mendukung karakteristik produk tersebut (Augusty, 2006).

Maka elemen dalam penelitian ini yang digunakan pada minat adalah minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratori. Sementara elemen terpaan media adalah frekuensi, durasi, dan atensi. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami persepsi anak muda mengenai sektor pertanian. Menurut Robert Audi (2003), persepsi dapat diperoleh melalui panca indra. Formasi dari persepsi dapat dibagi menjadi faktor internal dan eksternal (Dhara et al., 2020). Faktor internal mencakup pembelajaran, motivasi, dan kepribadian. Faktor eksternal adalah kondisi dari luar yang membantu seseorang untuk menjalankan keinginannya seperti intensitas, perlawanan, pengulangan, dan pergerakan (Robbins & Judge, 2009). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari pengaruh terpaan media pada minat anak muda dalam berkontribusi pada sektor pertanian serta meneliti dampaknya pada persepsi anak muda. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya pada bidang komunikasi. Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Aku Petani Indonesia mengenai bagaimana memanfaatkan terpaan media dalam meningkatkan minat anak muda dalam bertani serta bagaimana memberikan persepsi positif mengenai dunia pertanian di kalangan generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggabungkan dua aliran filsafat, yaitu positivisme, paradigma penelitian kuantitatif, dan post-positivisme/interpretatif, yang merupakan paradigma penelitian kualitatif. Perbedaan aliran filsafat menyebabkan para sarjana tidak dapat menggabungkan kedua metode ini secara teoritis. Namun seiring waktu, melalui studi kritis dan praktik penggunaan, kedua metode tersebut dapat digabungkan (Sugiyono, 2017). Metode penelitian gabungan memiliki kelebihan yaitu dapat meningkatkan keandalan data. Metode ini dapat meningkatkan objektivitas data kualitatif dengan data kuantitatif (Sudaryono, 2019). Jenis penelitian kombinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian triangulasi metode campuran. Menurut Creswell, penelitian dengan model ini mengambil data kualitatif dan kuantitatif, di mana keduanya dibandingkan untuk mengetahui apakah ada penggabungan atau ada perbedaan (Creswell, 2009). Paradigma penelitian dalam penelitian ini adalah pragmatisme, yang berpandangan bahwa seseorang harus memahami realitas melalui berbagai pendekatan. Ini adalah prinsip yang menekankan penggunaan metode kualitatif dan kuantitatif. Peneliti memiliki kebebasan untuk memilih metode, teknik, prosedur yang terbaik untuk memperoleh hasil (Creswell, 2009; Sugiyono, 2015).

Filosofi ini memandang kebenaran sebagai kebenaran ketika berguna. Dengan

demikian, untuk memperoleh sesuatu yang bermanfaat diperlukan kombinasi dari berbagai pendekatan (Dardiri, 2007). Pragmatisme memandang substansi kebenaran sebagai sesuatu yang memiliki fungsi bagi kehidupan (Abidin, 2011). Pandangan ini menyatakan bahwa dunia harus dipelajari melalui berbagai pendekatan di mana tidak dapat dipahami hanya dengan satu pendekatan. Dengan menggunakan filosofi ini, peneliti dapat menggunakan kombinasi landasan filosofis, yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif. Peneliti memiliki kebebasan untuk memilih metode apa saja yang akan digunakan dalam penelitiannya. Dengan kata lain, peneliti bebas memilih metode, teknik, prosedur yang terbaik untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Creswell, 2014; Sugiyono, 2017). Pragmatisme merupakan landasan filosofis yang mendasari seorang peneliti menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

Desain penelitian triangulasi konkuren adalah metode penelitian yang menggunakan data kualitatif dan kuantitatif secara bersama-sama dan mandiri menjawab rumusan masalah yang sejenis. Peneliti dapat membandingkan semua data yang diperoleh pada kedua metode tersebut. Peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu apakah data kualitatif dan data kuantitatif saling menguatkan, melemahkan atau bertentangan. Hasil penelitian akan lebih objektif, lebih lengkap, valid, dan reliabel karena dengan triangulasi kelemahan salah satu teknik dapat

diatasi dengan teknik pengumpulan data yang lain. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif dan kuantitatif secara bersama-sama, termasuk pengumpulan dan analisis data. Data dari kedua metode tersebut dibandingkan untuk mengetahui data mana yang dapat digabungkan dan dibedakan (Sugiyono, 2015). Pengambilan sampel kuantitatif memakai *convenience sampling* yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa sampel yang diambil karena paling dekat dengan peneliti. Keuntungan pengambilan sampel dengan teknik ini adalah sampel yang diambil mudah dijangkau oleh peneliti (Suryadi et al., 2019). Pengambilan sampel dengan cara ini memberikan kebebasan bagi peneliti untuk menentukan jumlah sampelnya (Sina, 2013). Kuesioner ini diisi oleh 163 responden yang tergabung dalam 'Aku Petani Indonesia'. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang digunakan untuk memperoleh data kuantitatif di mana data ini akan diolah dengan perangkat lunak SPSS untuk memahami pengaruh terpaan media terhadap minat.

Pengumpulan data kualitatif juga dilakukan dengan melakukan wawancara dengan beberapa sumber. Narasumber adalah CEO dan CMO 'Aku Petani Indonesia' dan dua perwakilan anggota 'Aku Petani Indonesia'. Tujuan menggabungkan wawancara kualitatif dengan kuesioner kuantitatif adalah untuk mencari penjelasan dan deskripsi yang lebih rinci tentang paparan media dan minat untuk berkontribusi pada sektor pertanian.

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terencana-tidak terstruktur. Teknik ini adalah rencana wawancara telah disusun namun tidak memakai format dan urutan yang baku (Yusuf, 2019). Wawancara dengan teknik ini berarti peneliti mempersiapkan hal-hal yang akan ditanya tetapi fleksibel. Dalam melakukan pendekatan ini, pertanyaan yang dipersiapkan merupakan garis besar di mana pada pelaksanaannya, pertanyaan tersebut dapat dikembangkan sesuai dengan kondisinya (Sudaryono, 2019). Tipe wawancara yang dilaksanakan pada penelitian ini bersifat wawancara mendalam. Cara ini memberikan ruang bagi responden untuk memberikan jawaban dengan lebih terperinci dan dapat mengekspresikan caranya dalam menjawab pertanyaan (Gunawan, 2017). Penggabungan metode kuantitatif dan kualitatif pada penelitian ini adalah untuk memperoleh data yang lebih komprehensif mengenai dampak terpaan media terhadap minat dan persepsi anak muda pada sektor pertanian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel terpaan media pada penelitian ini merupakan variabel bebas. Sebaliknya, minat merupakan variabel terikat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah Ho: terpaan media tidak berpengaruh terhadap minat beli, dan Ha: terpaan media berpengaruh terhadap minat beli. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 16. Hasil uji validitas

menyatakan bahwa angket pada variabel terpaan media dan minat adalah valid. Hasil uji reliabilitas juga menyatakan bahwa angket pada kedua variabel reliabel. Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui seberapa konsisten hasil pengukuran ketika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang juga sama (Siregar, 2020). Uji validitas merupakan pengujian untuk menilai apakah instrumen telah mengukur konsep yang harusnya diukur (Suryadi et al., 2019). Uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian memiliki tingkat kebebasan dari kesalahan acak (*random errors*) sehingga instrumen yang digunakan mampu memberikan hasil yang konsisten. Uji validitas dilakukan karena berhubungan dengan kesesuaian maupun kecermatan dari instrumen yang dipakai pada penelitian (Sina, 2013).

Suatu instrumen penelitian yang valid adalah instrumen yang dapat memberikan hasil ukur sesuai dengan maksud dijalankan pengukuran tersebut. Sementara instrumen penelitian reliabel adalah instrumen yang memberikan hasil penelitian relatif sama meskipun telah dilakukan berbagai perhitungan dengan instrumen yang sama. Dengan demikian, instrumen tersebut dapat dipercaya (Sudaryono, 2019). Hasil penelitian reliabel adalah hasil penelitian yang memperoleh kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Dengan kata lain, hasil penelitian reliabel akan memperoleh data

yang sama ketika dilakukan pengukuran beberapa kali pada objek yang sama. Sementara hasil penelitian yang valid adalah hasil penelitian yang memperoleh kesamaan data antara yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2015). Oleh sebab itu, untuk mengetahui seberapa konsisten instrumen penelitian dalam memberikan hasil yang sama dan seberapa sesuai instrumen penelitian dalam memberikan hasil yang seharusnya, uji reliabilitas dan uji validitas dilakukan pada penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan dalam menguji reliabilitas instrumen pada penelitian ini adalah menggunakan teknik Cronbach Alpha. Teknik ini dipakai apabila jawaban pada kuisioner penelitian berbentuk skala seperti 1 sampai 5. Suatu instrumen dikatakan reliabel pada teknik ini adalah ketika koefisien reliabilitas > dari 0,6 (Siregar, 2020). Teknik Cronbach Alpha ini digunakan untuk menguji reliabilitas variabel terpaan media atau variabel X dan variabel minat atau variabel Y.

Variabel X (Terpaan Media)

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of items
.900	13

Sumber: Olahan Peneliti

Variabel terpaan media dengan jumlah N sebanyak 13 memiliki nilai Alpha sebesar 0,900 yang artinya lebih besar dari 0,60.

Dengan demikian, variabel terpaan media tergolong reliabel.

Variabel X (Terpaan Media)

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of items
.835	4

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil uji reliabilitas pada variabel minat dengan jumlah N sebanyak 4 menunjukkan nilai 0.835. Nilai ini lebih besar dari 0,6 sehingga variabel minat adalah variabel yang tergolong reliabel.

Uji Validitas

Teknik uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasi Pearson. Instrumen penelitian yang dapat tergolong sebagai hasil penelitian yang valid adalah apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,05

(Novikasari, 2016). Dengan kata lain, Variabel X yaitu terpaan media dan variabel Y instrumen yang nilai validitasnya di bawah yaitu minat akan diuji menggunakan teknik 0,05 adalah instrumen yang tidak valid. korelasi Pearson.

Variabel X (Terpaan Media)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel Terpaan Media	Korelasi Pearson	Keterangan
1	0,7	Valid
2	0,766	Valid
3	0,726	Valid
4	0,713	Valid
5	0,761	Valid
6	0,693	Valid
7	0,791	Valid
8	0,57	Valid
9	0,577	Valid
10	0,627	Valid
11	0,631	Valid
12	0,663	Valid
13	0,579	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil uji validitas pada variabel X demikian, seluruh kuisisioner pada variabel terpaan menunjukkan bahwa keseluruhan kuisisioner berdasarkan hasil uji validitas dengan korelasi pada variabel X lebih besar dari 0,05. Dengan pearson merupakan kuisisioner yang valid.

Variabel Y (Minat)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel Terpaan Media	Korelasi Pearson	Keterangan
1	0,817	Valid
2	0,813	Valid
3	0,86	Valid
4	0,791	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 5. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.712	.851		4.361	.000
	Terpaan_Media	.248	.016	.768	15.200	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Olahan Peneliti

Sedangkan hubungan antara terpaan media dan minat adalah 0,768 yang berarti hubungan keduanya kuat. Korelasi menunjukkan angka positif, artinya jika variabel 1 semakin besar, maka variabel 2 akan semakin besar. Signifikansi hubungan antara dua variabel dapat dianalisis dengan menggunakan dua kondisi. Jika probabilitas < 0,05, maka hubungan kedua variabel tersebut signifikan. Sebaliknya jika probabilitas > 0,05, maka hubungan kedua variabel tersebut tidak signifikan. Probabilitas hubungan antara kedua variabel adalah 0,000, lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan.

Nilai t tabel adalah $df = 163 - 2 = 161$. Dengan demikian, nilai t tabel yang diperoleh adalah 1,65437. Berdasarkan tabel pada uji t diperoleh nilai t eksposi sebesar 15,2. Jika nilai t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika nilai t < t tabel, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak. Dalam penelitian ini nilai t hitung sebesar 15,2 dan berdasarkan nilai t tabel, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,65437. Oleh karena $15,2 > 1,65437$ yang berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka hipotesis yang diterima adalah H_a . Dengan kata lain, terpaan media mempengaruhi minat. Efeknya positif dan signifikan yang berarti semakin besar terpaan media, semakin besar juga minat yang terbentuk.

Berdasarkan wawancara kualitatif, Bapak Iftikar, CEO 'Aku Petani Indonesia', menyatakan bahwa unggahan yang paling

disukai adalah kutipan dari pembicara dan informasi pertanian. Dalam pandangan Pak Iftikar, penonton kebanyakan menyukai kesaksian anak-anak muda yang berkontribusi di sektor pertanian. Menurut Pak Iftikar, akun Instagram Aku Petani Indonesia kerap menampilkan narasumber dari kalangan muda dan pakar. Jika budidaya tanaman tertentu disajikan, banyak yang akan menonton langsung di Instagram. Kemudian jika para ahli terkemuka hadir, itu juga mengundang banyak orang untuk menonton. Selain itu, Pak Iftikar menambahkan bahwa penonton menyukai video-video yang berisi tentang peristiwa 'Aku Petani Indonesia'. Penonton juga menyukai unggahan yang berkaitan dengan promosi dan penjualan tanaman tertentu.

Tahun lalu, menurut Pak Iftikar, terjadi lonjakan *followers* dari 15 ribu menjadi 24 ribu. Hal ini sejalan dengan bertambahnya jumlah petani Indonesia. 'Aku Petani Indonesia' di Instagram bertujuan untuk membangun kesadaran dan minat bahkan sampai ke tahap aksi, berdasarkan informasi dari Pak Zaki, CMO Aku Petani Indonesia. Menurut Pak Zaki, peningkatan *followers* meningkat dua kali lipat dalam 1 tahun terakhir karena 'Aku Petani Indonesia' fokus pada kaderisasi dan mengundang narasumber dari akademisi dan praktisi yang sudah terbukti sukses. Menurut informasi dari Pak Zaki, banyak pengikut akun Instagram 'Aku Petani Indonesia' yang mengunggah di story mereka bahwa mereka telah menanam banyak

tanaman. Ia menilai, akun Instagram 'Aku Petani Indonesia' menginspirasi mereka untuk melakukan kegiatan tersebut. Salah satu teknik yang digunakan dalam pembuatan unggahan di 'Aku Petani Indonesia' adalah visualisasi gambar dengan unggahan yang singkat namun informatif. Salah satu teknik yang digunakan dalam pembuatan unggahan adalah visualisasi gambar dengan unggahan yang singkat namun informatif. Kemudian, menurut Pak Iftikar, banyak pengikut yang mengirim pesan untuk bergabung menjadi anggota 'Aku Petani Indonesia'.

Follower ini diarahkan untuk bergabung dengan grup Telegram. Selain itu, menurut Pak Arif, banyak yang tertarik membahas unggahan Instagram 'Aku Petani Indonesia' di Telegram. Namun, beberapa informasi *spam* anggota tidak terkait dengan 'Aku Petani Indonesia'. Mereka membagikan banyak unggahan yang tidak perlu, membuat mereka yang ingin berdiskusi akhirnya menjadi ogah-ogahan. Menurut salah satu anggota, Devina Pradita yang mengikuti akun Instagram Aku Petani Indonesia, unggahan yang dibagikan Aku Petani Indonesia menginspirasinya untuk terus bertani. Dalam pandangannya, unggahan Aku Petani Indonesia sangat mewakili petani milenial. unggahan yang informatif mendorongnya untuk terus menanam. Tanaman tersebut adalah paprika, kangkung, tomat, terong, dan tanaman lainnya. Selain itu, unggahan edukasi tentang kultivasi dan lainnya membuatnya termotivasi untuk mengetahui lebih lanjut.

Bagi Devina, Aku Petani Indonesia memiliki keunikan tersendiri yang menjadi daya tariknya. Misalnya, Aku Petani Indonesia menyediakan unggahan edukasi dan *live* Instagram yang mengundang pemerintah, akademisi, dan praktisi yang berkompeten. Menurutnya, pemerintah merupakan lembaga hukum yang mendukung masyarakat, dan para praktisi memberikan edukasi terkait bisnis. Hal-hal ini mengundang minat. Ia menambahkan, beberapa unggahan di akun Instagram 'Aku Petani Indonesia' juga bisa menarik jika captionnya cukup besar dan mudah dilihat.

Ini mengundangnya untuk membaca unggahan segera. Banyaknya kosakata dan istilah baru terkait sektor pertanian yang diunggah di akun Instagram 'Aku Petani Indonesia' memicu minatnya untuk mengetahui lebih jauh. Pengalamannya membuktikan bahwa 'Aku Petani Indonesia' dapat memberikan pengaruh minat pemuda untuk berkontribusi di sektor pertanian. Pasalnya, 'Aku Petani Indonesia' berhasil menginspirasi dan mendorongnya untuk lebih aktif berkontribusi di sektor pertanian. Poin-poin Devina menyatakan bahwa ia memiliki persepsi positif terhadap 'Aku Petani Indonesia'. Devina mengaku tertarik dengan unggahan 'Aku Petani Indonesia', dan ingin mengetahui lebih banyak hal tertentu dari akun Instagram 'Aku Petani Indonesia'. Artinya, 'Aku Petani Indonesia' merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi internal Devina. Keberadaan 'Aku Petani

Indonesia' semakin memperkuat persepsi internal Devina tentang menyukai pertanian. Poin-poin Devina menjelaskan persepsi apa yang terbentuk saat melihat unggahan di akun 'Aku Petani Indonesia'.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian metode campuran dimaksudkan untuk memperoleh data yang saling menguatkan satu sama lain. Data kualitatif diperkuat dan didukung oleh data kuantitatif dan sebaliknya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terpaan akun Instagram Aku Petani Indonesia berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat bertani dari audiens yang merupakan anak muda. Beberapa hal yang mengajak masyarakat untuk tertarik dengan Aku Petani Indonesia adalah unggahan edukatif tentang budidaya dan promosi tanaman. Selain itu, *live* Instagram mengundang pembicara terkemuka dan kredibel seperti dari pemerintah dan petani muda sukses. Aku Petani Indonesia berhasil menebarkan semangat untuk terus bertani bagi generasi muda. Tak hanya itu, Aku Petani Indonesia cukup pandai memberikan hal-hal baru bagi penontonnya. Peningkatan *followers* dari 15 ribu menjadi 24 ribu pada tahun lalu menjadi bukti bahwa Aku Petani Indonesia menarik di kalangan petani muda. Apalagi banyak orang yang meminta untuk bergabung menjadi bukti bahwa Aku Petani Indonesia sangat mempengaruhi anak muda. Kisah-kisah yang diunggah anggota terkait kegiatannya, seperti menanam tanaman

tertentu, juga membuktikan pengaruh akun Instagram Aku Petani Indonesia terhadap minat anak muda untuk berpartisipasi di sektor pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2011). *Pengantar Filsafat Barat*. Rajawali.
- Agrozine, R. (2020). *Aku Petani Indonesia: Gerakan Regenerasi Penerus Pertanian Indonesia*. <https://agrozine.id/aku-petani-indonesia-gerakan-regenerasi-penerus-pertanian-indonesia/>
- Audi, R. (2003). *Epistemology: A Contemporary Introduction to the Theory of Knowledge*. Routledge.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ayuningtyas, A. S., Fauzi Dh, A., & Nuralam, I. P. (2019). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Media (Survei pada Pengunjung Kampung Tridi (Tiga Dimensi) Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 68(1), 45–54.
- Budiasa, I. W. (2010). Peran Ganda Subak untuk Pertanian Berkelanjutan di Provinsi Bali (The Double Roles of Subak for Sustainable Agriculture in Bali Province). *Jurnal Agrisep Universitas Bengkulu*, 9(2), 153–165.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed*

- Methods Approaches*. Sage.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dardiri, A. (2007). Implikasi Pandangan Filsafat Pragmatisme Richard Rorty Tentang Epistemologi Dalam Bidang Pendidikan. *Cakrawala Pendidikan*, 2(2), 213–234. <https://doi.org/10.21831/cp.v2i2.8559>
- Dhara, K., Hutomo, K., Brigitta, L., & Arzella, N. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 193–207. <https://doi.org/10.37535/103001220206>
- Ferwerda, B., & Tkalcic, M. (2018). You are what you post: What the content of instagram pictures tells about users' personality. *CEUR Workshop Proceedings*, 1–5.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Bumi Aksara.
- Kevin, D., & Sari, W. P. (2018). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 2(2), 291–297. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3590>
- Novikasari, I. (2016). *Uji Validitas Instrumen*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Nugraha, Y. A., & Herawati, R. (2014). Menguak realitas orang muda sektor pertanian di perdesaan. *Akatiga*, 1–23.
- Nugroho, A. D., Waluyati, L. R., & Jamhari. (2018). Upaya Memikat Generasi Muda Bekerja pada Sektor Pertanian di Daerah Istimewa Yogyakarta. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA*, 6(1), 76–95.
- Nurmalisa, Y. (2017). *Pendidikan generasi muda*. Media Akademi.
- Pinilas, R., Gosal, R., & Kasenda, V. (2017). Partisipasi Generasi Muda Dalam Pelaksanaan Pembangunan. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintah*, 2(2).
- Qader, I. K. A., & Zainuddin, Y. (2011). *The Influence of Media Exposure, Safety and Health Concerns, and Self-Efficacy on Environmental Attitudes Towards Electronic*. 16(2), 167–186.
- Rachmat Kriyantono. (2010). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi* (Vol. 7). PT Kencana Prenadamedia Group. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/203742/teknik-praktis-riset-komunikasi-disertai-contoh-praktis-riset-media-public-relations-advertising-komunikasi-organisasi-komunikasi-pemasaran>
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, A. H., Suharyono, & Kumadji, S. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta

- Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 1–7.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Organizational Behavior*. Pearson Education.
- Rompas, J., Engka, D., & Tolosang, K. (2015). Potensi Sektor Pertanian dan Pengaruh Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(04), 124–136.
- Seate, A. A., & Mastro, D. (2015). The Effect of Media Exposure on Perceptions of Group Entitativity: A Preliminary Investigation. *Communication Research Reports*, 32(1), 29–34. <https://doi.org/10.1080/08824096.2014.989972>
- Sina, P. G. (2013). Financial Efficacy dan Financial Satisfaction: Ditinjau dari Perbedaan Gender. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 173–184.
- Siregar, S. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenadamedia Group.
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Penerbit Alfabeta.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Syahril, R., Hutomo, A., & Priatna. (2020). Pengaruh Terpaan Program Indonesia Idol (RCTI) Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Artis (Survey Peserta Audisi di Jakarta). *Jurnal AKRAB JUARA*, 5(2), 109–121.
- Tamborini, R., Prabhu, S., Lewis, R. J., Grizzard, M., & Eden, A. (2018). The Influence of Media Exposure on the Accessibility of Moral Intuitions and Associated Affect. *Journal of Media Psychology*, 30(2), 79–90. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000183>
- White, B. (2012). *Agriculture and the Generation Problem: Rural Youth, Employment and the Future of Farming*. 43(6), 9–19.
- Wicaksono, M. A. (2017). Media Social Instagram @Wisatadawahokura Influence on Followers Intention To Visit. *Jom Fisip*, 4(2), 1–13.
- Yusuf, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.