

Pemanfaatan Media Sosial dalam Usaha Pertanian di Desa Hargobinangun, Kabupaten Sleman, Provinsi Yogyakarta

Yudistira Teguh Prakoso^{*)}, Danik Nurjanah², Danang Manumono²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian INSTIPER Yogyakarta

^{*)}Email Korespondensi : yudistirateguh83@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran media sosial dalam mendukung usaha pertanian di Desa Hargobinangun, Kabupaten Sleman. Latar belakang penelitian didasarkan pada meningkatnya penggunaan teknologi digital di sektor pertanian, terutama dalam aspek komunikasi, pemasaran, dan jejaring usaha. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling, melibatkan 40 responden petani hortikultura. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuisisioner, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok berperan signifikan dalam memfasilitasi edukasi, promosi, serta perluasan jaringan usaha tani. Rata-rata skor pemanfaatan media sosial mencapai 2,76, tergolong tinggi. Dampak utama pemanfaatan media sosial terlihat pada efisiensi pemasaran yang memotong rantai distribusi, sehingga meningkatkan pendapatan petani. Selain itu, terbentuk komunitas digital yang mendorong pertukaran informasi teknis dan peluang bisnis. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial merupakan instrumen penting dalam modernisasi pertanian. Rekomendasi yang diajukan mencakup peningkatan literasi digital, diversifikasi platform, dan kolaborasi dengan pihak eksternal guna memperkuat daya saing petani di era digital.

Kata Kunci: . Media Sosial, Usaha Pertanian, Pemanfaatan media sosial

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) membawa perubahan besar dalam dunia pertanian. Media sosial kini menjadi salah satu alat penting dalam mendukung aktivitas usaha tani, baik untuk komunikasi, edukasi, promosi, maupun pemasaran. Desa Hargobinangun di Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, memiliki potensi pertanian yang besar, terutama hortikultura, padi, dan tanaman hias. Namun, petani di wilayah ini menghadapi tantangan akses pasar dan keterbatasan informasi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana tingkat pemanfaatan media sosial dalam usaha pertanian, serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Putera Semadi, (2024)

Pemanfaatan media sosial dalam usaha pertanian telah menjadi topik yang semakin relevan seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Media sosial menawarkan platform yang memungkinkan petani untuk mengakses informasi, berkomunikasi, dan memasarkan produk mereka secara lebih efektif. Rushendi dan Suryantini, (2019) menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam mendiseminasikan inovasi dan ditandai dengan tingginya interaksi pengguna terhadap informasi yang dibagikan melalui media sosial.

Media sosial menjadi solusi alternatif untuk mempercepat proses diseminasi informasi tersebut. Media sosial juga telah menjadi cara baru masyarakat di seluruh dunia dalam berkomunikasi Cahyono, (2016). Perubahan penggunaan media yang bersifat konvensional menjadi digital seperti ini bisa mempermudah penyuluh, petani, dan nelayan dalam kegiatan penyuluhan. Penggunaan media sosial sebagai media sumber informasi ini juga mengikuti perkembangan zaman yang ada. Perubahan ini menjadi sebuah tuntutan yang harus dilakukan pada sektor pertanian

Namun demikian, beberapa tantangan masih perlu diatasi. Berdasarkan data dari Pemerintah Kabupaten Sleman hingga akhir tahun 2022, belum seluruh padukuhun memiliki infrastruktur komunikasi digital yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada wilayah yang kesulitan dalam mengakses informasi secara merata. Ditambah lagi, kemampuan literasi digital di kalangan warga lanjut usia masih rendah, sehingga menjadi kendala dalam pemanfaatan teknologi secara optimal. Oleh karena itu, perlu adanya pelatihan digital yang berkelanjutan, termasuk pendampingan bagi minimal 30 hingga 50 persen warga lansia agar mereka mampu menggunakan perangkat pintar dan media sosial dasar. Selain itu, pemerataan akses komunikasi digital di seluruh padukuhun sangat penting untuk menghindari kesenjangan informasi antarwilayah. BPS (2022)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive di Desa Hargobinangun, Kabupaten Sleman. Jumlah responden sebanyak 40 orang petani hortikultura yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Jenis data terdiri dari data primer (kuesioner, wawancara, observasi, dokumentasi) dan data sekunder (literatur, instansi, publikasi ilmiah). Analisis data dilakukan dengan teknik skoring skala Likert untuk mengetahui tingkat pemanfaatan media sosial, serta analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen (edukasi, jejaring, promosi) terhadap variabel dependen (pemanfaatan media sosial).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

a. Umur Responden

Tabel 1 Rentang Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
34-40	8	20
41-47	5	13
48-54	12	30
55-61	15	40
Total	40	100

Sumber: Data primer 2025

Menurut penelitian Lestari et.al(2020) Berdasarkan tabel 1 jumlah responden terbanyak yaitu pada kategori umur 55-61 tahun dengan jumlah 15 orang dan persentasenya 40%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tersebut banyak digerakkan oleh petani yang sudah matang dan berpengalaman sehingga mereka lebih sering menggunakan media sosial facebook dan whatsapp untuk mengembangkan usaha tani sehingga mereka dapat berkomunikasi dengan petani ke petani lainnya.

b. Jenis Kelamin

Tabel 2 Jenis Kelamin Responden

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
34-40	8	20
41-47	5	13
48-54	12	30
55-61	15	40
Total	40	100

Sumber : Analisis Data Primer 2025

Penelitian Laila,et,al (2020) Berdasarkan tabel 2 jumlah responden laki-laki lebih dominan dari jumlah responden perempuan yaitu 226 orang dengan persentasenya 65% sedangkan perempuan 14 orang dengan persentase 35%. Hal tersebut terjadi mengingat kekuatan fisik yang dimiliki laki-laki lebih besar dibandingkan Perempuan.

c. Tingkat Pendidikan

Tabel 3 Tingkat Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMP	8	20
2	SMA/SMK	27	68
3	DIPLOMA	3	8
4	S1	2	5
	Total	40	100

Sumber : Analisis Data Primer 2025

Berdasarkan Penelitian Putri,et.al, (2023) tabel 3 mayoritas Tingkat Pendidikan responden adalah Pendidikan Sekolah akhir (SMA) dengan persentase 68% atau sebanyak 27 orang. Hal tersebut terjadi karena mayoritas responden berapa usia lanjut yang pada masanya masih meleak Pendidikan.

d. Luas Lahan

Tabel 4 Rata-rata Luas Lahan Responden

No	Luas Lahan (m ²)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	150-2000 m ²	29	73
2	2100-4000 m ²	8	20
3	4100-6000 m ²	1	3
4	6100-8000 m ²	2	5
	Total	40	100

Sumber : Analisis Data Primer 2025

Berdasarkan tabel 4 Dari data tersebut terlihat bahwa sebagian besar petani menggarap lahan dengan ukuran relatif kecil, yaitu dalam rentang 150–2000 m² dengan persentase 73%. Jumlah petani dengan lahan di atas ukuran tersebut lebih sedikit, baik yang berada pada kategori 2100–4000 m² dengan persentase 20%, 4100–6000 m² dengan persentase 3%, sedangkan lahan dengan luas 6100–8000 m² dengan persentase 5%. Kondisi ini menggambarkan bahwa usaha pertanian yang dijalankan lebih banyak dilakukan pada

skala lahan sempit, sehingga berpengaruh pada kapasitas produksi serta potensi pengembangan usaha pertanian di masa mendatang. Tunas, et.al, (2023)

e. Jenis usaha pertanian

Tabel 5 Rata-rata jenis usaha pertanian

No	Usaha Pertanian	Jumlah	Persentase (%)
1	Tanaman Hias	8	20
2	Padi	10	25
3	cabai	15	38
4	Sayur-sayuran	7	18
Total		40	100

Sumber : Analisis Primer 2025

Berdasarkan Penelitian tabel 5 Data di atas menunjukkan bahwa penanaman cabai merupakan jenis usaha pertanian yang paling dominan di antara responden, mencakup 15 petani dengan persentase 38% dari total sampel/ angka ini secara signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan jenis usaha lainnya. Batubara, et.al (2023) Menyusul di belakang adalah padi dengan 10 responden dengan persentase 25%, sementara itu, tanaman hias dan sayuran memiliki proporsi yang lebih rendah masing-masing sebanyak 8 responden dengan persentase 20% dan 7 responden dengan persentase 18%

B. Tingkat pemanfaatan media sosial oleh petani di Desa Hargobinangun dalam mendukung kegiatan pertanian

Tabel 6 Tingkat penggunaan media sosial di Desa Hargobinangun

No.	Media Sosial	Skor	Skor	Kategori
	IG	Maksimum	2,8	Tinggi
1		3.00		
2	FB	3.00	2,7	Tinggi
3	WA	3.00	2,8	Tinggi
4	TikTok	3.00	2,8	Tinggi
Skor rata rata			2,8	Tinggi

Sumber : Analisis Data Primer 2025.

Berdasarkan Penelitian Tabel 6 diperoleh hasil penelitian Penggunaan media sosial di Desa Hargobinangun tergolong tinggi dengan skor rata-rata 2,8. Yang menunjukkan bahwa masyarakat desa secara aktif dan intensif menggunakan berbagai platform media sosial dan dengan jelas menggambarkan bahwa media sosial bukan lagi hal baru di Desa Hargobinangun. Masyarakat desa telah mengadopsi teknologi ini dengan baik, dan penggunaannya berada pada level yang tinggi untuk berbagai tujuan, seperti komunikasi, pemasaran, dan pertukaran informasi. Zulfikhar, et.al (2024) Hal ini sejalan dengan pernyataan di atas tabel yang menyebutkan bahwa penggunaan media sosial memungkinkan petani untuk mendapatkan harga yang lebih adil dan membangun merek produk mereka sendiri. Instagram memiliki peranan penting dalam usaha pertanian, terutama untuk mencari informasi, meningkatkan pengetahuan, memperluas jaringan pemasaran, dan mendapatkan pelanggan baru. WhatsApp sangat relevan untuk menunjang keberlanjutan dan perkembangan usaha tani modern. WhatsApp dinilai sangat bermanfaat bagi petani,

khususnya untuk komunikasi, kolaborasi, efisiensi, serta memperoleh informasi penting yang mendukung keberlanjutan usaha pertanian. Sedangkan Facebook juga menjadi sumber informasi yang akurat mengenai pupuk, bibit, hingga pemasaran. Dan TikTok dianggap sangat bermanfaat oleh petani karena kontennya membantu memahami budidaya, meningkatkan produktivitas, sekaligus menjadi media berbagi informasi dan promosi hasil pertanian.

C. Tingkat Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kegiatan Usaha Tani

Tabel 7 Tingkat usaha tani di Desa Hargobinangun

No.	Usaha Tani	Skor	Kategori
1	Edukasi	2,66	Tinggi
2	Jejaring	2,73	Tinggi
3	Promosi	2,90	Tinggi
Skor Rata-Rata		2,76	Tinggi

Sumber : Analisis Data Primer 2025

Berdasarkan Penelitian Tabel 7 diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa Tingkat usaha tani di Desa Hargobinangun menunjukkan bahwa secara keseluruhan, petani di desa ini memiliki tingkat usaha tani yang tergolong dengan baik. Dengan skor sara-rata 2,76 bahwa petani di Desa Hargobinangun memiliki tingkat usaha tani yang baik. Angka ini mencerminkan keberhasilan petani dalam mengelola berbagai aspek usaha mereka, mulai dari peningkatan pengetahuan, membangun relasi, hingga memasarkan produk secara efektif. Edukasi memiliki peran penting dalam usaha pertanian.

1. Faktor yang mempengaruhi pemanfaatan media sosial

Tabel 8 Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Analisis
X ₁ Edukasi	1,486	5,905	0,000
X ₂ Jejaring	0,727	2,909	0,006
X ₃ Promosi	1,283	3,093	0,004
Constant	6,755	1,096	0,280
R ²	0,688		
Adjusted R ²	0,661		
F-hitung	26,402		
Sig	0,000		

Sumber : Analisis Data Primer 2025

Berdasarkan Penelitian Tabel 8 nilai R Square sebesar 0,688 menunjukkan bahwa sebesar 68,8% variasi dalam pemanfaatan media sosial dapat dijelaskan oleh variabel edukasi, jejaring, dan promosi, sedangkan sisanya sebesar 31,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Setelah disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan, nilai Adjusted R Square sebesar 0,661 mengindikasikan bahwa 66,1% variasi pemanfaatan media sosial masih dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, yang menunjukkan bahwa model tetap kuat meskipun mempertimbangkan kompleksitas model. Selain itu, nilai F-hitung sebesar 26,402 dengan tingkat signifikansi 0,000 mengindikasikan bahwa model regresi yang

digunakan signifikan secara simultan, yang berarti bahwa variabel edukasi, jejaring, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap pemanfaatan media sosial

KESIMPULAN

1. Pemanfaatan media sosial dalam usaha pertanian di Desa Hargobinangun terbukti signifikan dalam mendukung budidaya, pengolahan, dan pemasaran.
2. Media Sosial Sebagai Sarana Platform seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan WhatsApp digunakan untuk memperluas jangkauan pasar, mengikuti pelatihan online, serta berbagi konten pertanian yang inspiratif dan edukatif

Saran

1. Peningkatan Literasi Digital: Perlu adanya pelatihan berkelanjutan tentang pemasaran digital dan konten kreatif bagi para petani. Pelatihan ini dapat mencakup cara mengambil foto produk yang menarik, menulis deskripsi yang persuasif, dan menggunakan fitur-fitur iklan di media sosial.
2. Diversifikasi Platform: Jangan terpaku pada satu platform saja. Petani disarankan untuk mencoba platform lain yang relevan, seperti TikTok untuk konten video pendek atau e-commerce lokal untuk memperluas jangkauan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, L. N., Rokhim, D. A., & Wulandari, I. A. I. (2020). Perbedaan Minat Berwirausaha Berdasarkan Jenis Kelamin Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 3(3), 208–215. <https://doi.org/10.17977/um027v3i32020p208>
- Batubara, M., & Pane, M. M. (2023). Pengaruh Pertanian terhadap Pendapatan Nasional. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 7(1), 74–81. <https://doi.org/10.33059/jensi.v7i1.7690>
- BPS (2022). (n.d.). Pemerintah Kabupaten Sleman. (2022). Data Capaian Layanan Komunikasi Digital di Padukuhan Kabupaten Sleman. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman. <https://kominfo.slemankab.go.id/>.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Ngablak, K., Magelang, K., Hartati, P., Wibowo, H. T., & Achmad, F. (2024). Pemberdayaan Kelompok Tani Melalui Penguatan Aspek Komunikasi Usaha Menggunakan Media Sosial Dan E-Commerce (Studi kasus pada kelompok tani di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang). 6(2), 108–125.
- Putera Semadi, A. A. G. (2024). Peran Media Sosial Dalam Upaya Penegakan Hukum di Indonesia. *IJOLARES: Indonesian Journal of Law Research*, 2(1), 14–19. <https://doi.org/10.60153/ijolares.v2i1.42>
- Rushendi, & Suryantini, H. (2019). Utilization of Social Media for Disseminating Innovation of Spice Crops. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 28(2), 50–56.
- Tunas, O. O., Ngangi, C. R., & Timban, J. F. J. (2023). Pengaruh Luas Lahan Dan Pengalaman Berusahatani Terhadap Pendapatan Petani Padi Di Desa Taraitak I Kecamatan Langowan Utara Kabupaten Minahasa. *Agri-Sosioekonomi*, 19(1), 441–448. <https://doi.org/10.35791/agrsossek.v19i1.46439>
- Dewi (2020). Tingkat Pengetahuan Ibu dalam Pemberian ASI Eksklusif. *Multidisiplin Indonesia*, 2(6), 1262–1270.
- XIndriyani, W., Ismanto, H. S., & Ajie, G. R. (2023). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 5, 341–345.