

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Minat

Berdasarkan KBBI, minat memiliki makna yaitu kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan. Minat dapat memengaruhi perilaku dan sikap seseorang serta bagaimana seseorang tersebut menentukan pilihan dalam hidupnya (Mulana *et al.*, 2021). Minat merupakan kecenderungan individu untuk memilih sesuatu. Pembentukan minat tidak terjadi secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor ini berperan penting dalam membentuk minat seseorang terhadap objek, pekerjaan, orang, benda, dan masalah yang relevan dengan dirinya. Minat dapat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motivasi, persepsi risiko, gaya hidup, dan konsep diri, serta faktor eksternal, seperti pendapatan orang tua, pekerjaan orang tua, tingkat pendidikan orang tua, dan aset keluarga (Junaedi *et al.*, 2020).

Minat generasi muda di bidang pertanian penting untuk ditingkatkan. Hal tersebut dikarenakan minat generasi muda untuk menjadi petani mengalami penurunan yang signifikan, sehingga pemerintah menghadapi tantangan besar dalam merumuskan kebijakan untuk mendorong anak muda terlibat dalam sektor pertanian (Faturohman *et al.*, 2023). Kurangnya minat generasi muda terhadap sektor pertanian salah satunya dikarenakan sudah terbentuknya persepsi terhadap pekerjaan di sektor pertanian bersifat negatif. Penurunan minat generasi muda dalam bidang pertanian juga disebabkan oleh anggapan bahwa pendapatan di sektor

ini cenderung lebih rendah. Selain itu, pandangan negatif mengenai pertanian yang dianggap sebagai pekerjaan berat dan tidak bersih, dengan tingkat pendidikan petani yang sering kali rendah, serta risiko tinggi seperti gagal panen, fluktuasi harga, dan ketidakpastian lainnya (Rachmawati, 2020). Oleh karena itu, penting untuk mengubah cara pandang generasi muda terhadap pertanian dan mendorong mereka agar terlibat dalam menciptakan solusi yang berkelanjutan untuk pertanian di masa depan.

Komunikasi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam pertanian di Indonesia. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube menawarkan *platform* bagi generasi muda untuk memperoleh informasi terbaru tentang pertanian, melihat inspirasi dari petani sukses, serta berbagi pengalaman dan pandangan terkait bidang ini sehingga akan memotivasi keterlibatannya dalam pertanian (Suratini *et al.*, 2021). Untuk mendapatkan hasil tentang pengaruh media sosial Instagram akun @kebunkecilbykaa_ terhadap minat generasi muda di sektor pertanian sesuai dengan tujuan penelitian, maka dibutuhkan indikator yang sesuai dengan minat tersebut. Menurut Ferdinand (2016) terdapat indikator yang memengaruhi minat seseorang adalah sebagai berikut.

1. Minat Eksploratif

Minat eksploratif menggambarkan kecenderungan seseorang untuk mencari informasi lebih lanjut terkait barang, jasa, atau kegiatan yang diminati. Minat eksploratif dianggap penting dalam membuat keputusan yang lebih informatif dan mengurangi risiko ketidakpuasan terhadap hal yang diinginkan. Minat ini

dapat mengukur sejauh mana *followers* tertarik untuk mengeksplorasi lebih dalam terkait *urban farming* atau topik yang diminati melalui akun Instagram yang diikuti.

2. Minat Preferensial

Minat preferensial adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan memiliki preferensi utama pada suatu barang, jasa, atau kegiatan dari berbagai pilihan yang ada. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat preferensial dapat menjadi tolak ukur sejauh mana *followers* memiliki kecenderungan, pilihan, atau kesukaan terhadap konten yang dibagikan oleh suatu akun pada media sosial Instagram.

3. Minat Transaksional

Minat transaksional merupakan minat untuk menggambarkan kecenderungan seseorang untuk membeli, mengunjungi, melakukan, atau memilih suatu produk berupa barang, jasa, atau kegiatan.

4. Minat Referensial

Minat referensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan atau merekomendasikan suatu barang, jasa, atau kegiatan kepada orang lain. Indikator ini menunjukkan bagaimana pengalaman seseorang yang dapat memengaruhi orang lain.

2.2. Usia

Usia merupakan tahapan hidup atau lamanya hidup seseorang yang diukur dalam satuan tahun. Usia merupakan suatu faktor yang mampu memengaruhi

seseorang dalam mengambil keputusan (Gusti *et al.*, 2021). Usia termasuk ke dalam salah satu faktor yang signifikan dalam memengaruhi minat masyarakat khususnya generasi muda terhadap *urban farming*. Akan tetapi, tenaga pertanian masih didominasi oleh usia lanjut, hal tersebut menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan teknologi dan inovasi pertanian di Indonesia. Usia tenaga kerja yang semakin tua dapat menjadi hambatan dalam daya serap dan pemahaman terhadap inovasi baru di sektor pertanian (Santoso *et al.*, 2020).

2.3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merujuk pada jenjang pendidikan formal yang telah diselesaikan oleh seseorang sesuai dengan ijazah terakhir yang dimilikinya. Pendidikan juga berperan penting dalam membentuk pola pikir seseorang dalam mengambil suatu keputusan. Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pemikiran yang lebih terbuka, baik dalam hal wawasan maupun pengetahuan tentang pertanian secara luas (Juniarti *et al.*, 2022). Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka keterbukaan akses terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi akan semakin luas, sehingga dapat berdampak pada kualitas sumber daya manusia dalam memilih suatu pekerjaan (Afista *et al.*, 2021).

2.4. Durasi

Durasi didefinisikan sebagai lama waktu yang dikorbankan oleh penonton untuk menonton sebuah tayangan. Panjang atau pendeknya durasi menonton sebuah konten akan memengaruhi pemahaman juga ketertarikan penonton terhadap isi dari

konten tersebut. Umumnya pemahaman isi konten akan semakin tinggi ketika durasi menonton juga semakin panjang (Sofia, 2022). Apabila penonton menyimak sebuah konten hingga akhir, maka hal tersebut menunjukkan adanya ketertarikan penonton terhadap isi dari konten (Arsyad *et al.*, 2015).

2.5. Frekuensi

Frekuensi adalah ukuran berapa kali seseorang melihat unggahan yang disajikan. Hal tersebut digunakan untuk mengukur seberapa sering seseorang dalam mengakses unggahan, seperti Instagram *reels*, Instagram *story*, dan sebagainya. Semakin sering orang berinteraksi dengan suatu objek maka akan menunjukkan ketertarikannya terhadap topik atau objek yang tersaji (Sofia, 2022). Selain itu, frekuensi menonton juga dapat memengaruhi tingkat pemahaman dan kepuasan informasi. Semakin tinggi frekuensi menonton maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan informasi yang disajikan (Kusuma dan Hadiyanto, 2015).

2.6. Latar Belakang Keluarga

Riwayat keluarga akan cenderung berpengaruh terhadap minat generasi muda dalam melanjutkan dan memperluas usaha tani keluarga. Keluarga dapat menjadi kelas pertama untuk memulai regenerasi petani dan berperan dalam pewarisan nilai-nilai pertanian (Anwarudin *et al.*, 2020). Keputusan untuk memilih profesi di sektor pertanian dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial keluarga dengan proporsi mencapai 89%, yang termasuk dalam kategori tinggi. Beberapa generasi muda terbiasa hidup dalam lingkungan yang berfokus pada pertanian, sehingga

lingkungan sosial dan keluarga berperan dalam membentuk karakter dan pandangan mereka terhadap profesi di sektor pertanian (Juniarti *et al.*, 2022).

2.7. Media Sosial Instagram

Media sosial merupakan sebuah alat komunikasi yang memungkinkan pertukaran informasi tanpa perlu melakukan pertemuan langsung atau tatap muka. Istilah "media sosial" terdiri dari dua kata yaitu "media" yang berarti perantara, dan "sosial" yang merujuk pada interaksi sosial di mana individu melakukan tindakan yang berpengaruh pada masyarakat. Dengan demikian, media sosial dapat dianggap sebagai perantara yang memfasilitasi interaksi antara individu tanpa memerlukan tatap muka (Ayuningtyas *et al.*, 2019). Instagram meraih peringkat kedua sebagai media sosial populer yang paling banyak memiliki pengguna di Indonesia, khususnya bagi generasi muda. Media sosial Instagram merupakan salah satu *platform* populer yang digunakan oleh hampir semua generasi Z untuk membangun identitas (Sikumbang *et al.*, 2024).

Media sosial Instagram memiliki keefektifan sebagai media komunikasi digital yang praktis untuk digunakan siapa pun, kapan pun, dan di mana pun penggunaannya (Pravina *et al.*, 2023). Akan tetapi, suatu Instagram dapat dikatakan efektif apabila karakteristik pesan yang disajikan menarik dan sesuai dengan khalayak sasarannya. Keberhasilan Instagram sebagai media komunikasi dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu kelengkapan dan kejelasan informasi, desain visual, serta tipografi atau *copywriting* (Wicaksono, 2017). Frekuensi

pengiriman pesan juga penting dalam efektivitas pesan melalui konten di media sosial Instagram dan perlu diperhatikan secara berkelanjutan.

2.8. *Urban farming*

Kebutuhan pangan masyarakat tiap tahun kian meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Akan tetapi luas lahan pertanian kian hari kian menyusut, disusul dengan penurunan jumlah petani di Indonesia. *Urban farming* menjadi solusi akan permasalahan tersebut. Masyarakat perkotaan dapat menerapkan pola budidaya *urban farming* apabila memiliki keterbatasan lahan. *Urban farming* didefinisikan sebagai upaya pemanfaatan ruang yang terbatas di perkotaan yang bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan pangan (Danugroho, 2022). Penerapan *urban farming* umumnya cocok diterapkan pada lahan pertanian yang sempit dan terbatas, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dengan bantuan teknologi yang tepat guna memperoleh efisiensi produksi.

Kegiatan *urban farming* dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam skala kecil, seperti konsumsi rumah tangga (Anggrayni *et al.*, 2015). Implementasinya dapat dilakukan secara mandiri di pekarangan rumah, maupun berkelompok dengan masyarakat sekitar yang bersama-sama membudidayakan tanaman pangan di kawasan lahan yang tidak terpakai. Komoditas *urban farming* yang sering kali dibudidayakan adalah hortikultura sayur maupun buah yang dapat memenuhi kebutuhan konsumsi harian masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan *urban farming*.

2.9. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu hasil studi literatur dan sebagai bahan referensi pada penelitian ini antara lain pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Metode	Hasil
1.	Dwiputra <i>et al.</i> (2021)	Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif secara bersama-sama. Teknik penyebaran kuesioner secara langsung dan <i>online</i> via <i>google form</i> yang diisi sebanyak 163 responden yang tergabung dalam 'Aku Petani Indonesia'. Variabel X yaitu terpaan media dengan frekuensi, durasi, dan atensi dan variabel Y yaitu minat beli.	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 adalah unggahan edukatif tentang budidaya dan promosi tanaman. 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.
2.	Saridewi (2022)	Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> . Jumlah sampel 10 responden yang merupakan <i>followers</i> Instagram Dkronik Farm. Variabel Y yaitu minat generasi muda dan variabel X yaitu pemanfaatan fitur Instagram.	Pemanfaatan fitur Instagram Dkronik Farm mampu menarik minat generasi muda. Selain itu unggahan di akun Instagram Dkronik Farm khususnya unggahan mengenai cara bertani organik serta unggahan mengenai kegiatan bercocok tanam di kebun Senggani Milik Dkronik Farm juga dapat menarik minat generasi muda pada sektor pertanian.

Tabel 1. (Lanjutan)

No.	Peneliti	Metode	Hasil
3.	Ilvira <i>et al.</i> (2021)	Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Sampel sebanyak 72 responden siswa SMA. Variabel Y yaitu minat dan variabel bebasnya adalah pengetahuan, motivasi, dan peminatan.	Hasil yang diperoleh yaitu secara parsial variabel motivasi dan peminatan berpengaruh, dan variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat generasi z dalam penerapan <i>urban farming</i> .
4.	Putera <i>et al.</i> (2024)	Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 32 responden yang mengikuti pelatihan <i>urban farming</i> . Variabel Y yaitu minat <i>urban farming</i> serta variabel X yaitu peluang usaha dan pemanfaatan usaha.	Didapatkan hasil bahwa variabel pemanfaatan lahan memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap minat <i>urban farming</i> dibandingkan dengan variabel peluang usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan <i>urban farming</i> , penggunaan lahan, dan juga teknik <i>urban farming</i> memiliki peran yang lebih memengaruhi minat masyarakat dalam kegiatan <i>urban farming</i> di wilayah tertentu.

Berdasarkan penelitian terdahulu pada Tabel 1, didapatkan hasil bahwa kebaharuan dari penelitian ini terletak pada penggunaan variabel independen yang digunakan, yakni mencakup usia, tingkat pendidikan, durasi, frekuensi, dan latar belakang keluarga. Penggunaan keempat indikator minat (eksploratif, preferensial, transaksional, dan referensial) sebagai variabel dependen cenderung berbeda dengan penelitian terdahulu yang menggunakan indikator minat tersebut sebagai indikator dalam minat beli. Populasi yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu *followers* Instagram dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat dalam *urban farming* juga belum banyak diteliti