

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Keadaan Umum Akun Instagram @kebunkecilbykaa_

Akun @kebunkecilbykaa_ merupakan sebuah akun Instagram yang berisi konten-konten menarik terkait kiat dan trik dalam kegiatan pertanian lahan sempit atau yang biasa disebut *urban farming*. Konten-konten tersebut dikemas dan diunggah dalam bentuk foto dan video singkat atau *reels* yang berdurasi 30 hingga 50 detik dan diunggah secara rutin sebanyak 1 hingga 3 video dalam satu minggu. Dengan unggahan konten yang memiliki tampilan visual yang menarik, akun Instagram ini telah memikat sebanyak kurang lebih 176.000 *followers* dengan total 557 unggahan per bulan Februari 2025. Bukan hanya unggahan *reels* terkait kegiatan *urban farming* saja, akun ini juga kerap mengunggah *Instagram story* yang juga mencantumkan beberapa *link* produk yang digunakan dalam kegiatan *urban farming* seperti benih, pupuk, media tanam, dan berbagai perlengkapan tanam yang kerap digunakan.

Akun Instagram @kebunkecilbykaa_ dibuat oleh Ika Marisa selaku pemilik akun sejak pertengahan tahun 2021, tepatnya pada tanggal 15 Agustus 2021. Awal mula dibuatnya akun Instagram ini karena pemilik akun yang kerap melihat beberapa konten berkebun di media sosial yang membuatnya juga tertarik dengan kegiatan berkebun. Selain itu, adanya kreativitas sang pemilik akun yang gemar membuat DIY barang bekas di rumah yang kemudian dijadikan sebagai alat serbaguna, terutama untuk dijadikan sebagai wadah untuk menampung media

tanam. Adanya pandemi COVID-19 di Indonesia pada kala itu juga menjadi salah satu alasan bagi pemilik akun untuk menjadi *content creator* berkebun yang juga dapat membantu untuk menambah penghasilan dengan menggunakan *link* produk yang terhubung dengan *e-commerce*. Hal tersebut lah yang menjadi awal mula dibuatnya akun Instagram @kebunkecilbykaa_ ini.

Kebun *urban farming* milik akun @kebunkecilbykaa_ ini berlokasi di Kendari, Sulawesi Tenggara. Dengan hanya menggunakan lahan sebesar 4 x 3 m² yang terletak di sebelah rumah, pemilik akun sudah dapat menanam berbagai tanaman hijau seperti selada, kangkung, terong, cabai, dan sayuran lainnya yang dimanfaatkan sebagai bahan makanan sehari-hari. Kegiatan *urban farming* yang dilakukan oleh pemilik akun kerap kali mengalami tantangan, salah satunya adalah cuaca yang kurang mendukung. Situasi dan kondisi tersebut lah yang menjadi tujuan utama dibuatnya akun Instagram ini yaitu untuk memberikan edukasi terkait *urban farming* serta untuk menunjukkan bahwa kegiatan pertanian seperti berkebun dapat dilakukan dengan mudah, sederhana, dan dapat dilakukan oleh siapa saja dan di mana saja. Pemilik akun juga ingin membuktikan bahwa kegiatan *urban farming* tidak sepenuhnya memerlukan biaya yang banyak, karena dapat memanfaatkan barang bekas dan dapat mengurangi limbah atau sampah dapur. Misalnya seperti botol plastik bekas dan galon yang bisa digunakan sebagai wadah tanam, serta cangkang telur dan berbagai limbah dapur yang juga dapat dimanfaatkan sebagai pupuk. Pemilik akun juga bersedia membantu serta turut komunikatif kepada para *followers* yang kerap bertanya dan menanggapi di kolom komentar pada setiap unggahan video di Instagram.

4.2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @kebunkecilbykaa_ yang bersedia mengisi kuesioner secara *online* melalui *google form*. Responden yang didapatkan dalam penelitian ini sebanyak 100 *followers* yang menjadi sampel dari penelitian ini. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, responden penelitian dikategorikan berdasarkan karakteristiknya yaitu usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan.

4.2.1. Usia

Responden merupakan *followers* Instagram yang memiliki karakteristik usia 18 – 40 tahun yang terbagi menjadi 4 kriteria yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Jumlah dan Persentase pada Karakteristik Usia

Usia	Jumlah	Persentase
--tahun--	--orang--	--%--
18 - 23	57	57
24 - 29	30	30
30 - 35	10	10
36 - 40	3	3

Data Primer Penelitian (2025)

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa jumlah responden dari penelitian ini didominasi oleh responden dengan usia 18 – 23 tahun dengan jumlah persentase sebesar 57% yang terdiri dari 57 responden. Responden dengan rentang usia 24 – 29 tahun memiliki persentase sebesar 30% dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, kemudian diikuti dengan responden dengan rentang usia 30 – 35 tahun dengan persentase sebesar 10% dengan total responden sebanyak 10 orang. Rentang

usia responden paling sedikit adalah usia 36 – 40 tahun dengan hanya memiliki persentase sebesar 3% dan terdiri dari 3 orang responden.

Hasil pengamatan berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa *followers* yang menjadi responden dengan rentang usia 18 – 23 tahun menjadi mayoritas. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada rentang usia tersebut cenderung lebih tertarik pada media sosial yang menayangkan konten informatif yang berkaitan dengan kegiatan *urban farming* dibandingkan dengan rentang usia lain. Responden yang berusia 17 – 26 tahun cenderung memiliki adiksi lebih tinggi pada penggunaan media sosial (Chen, 2022). Seseorang yang berada pada usia produktif umumnya lebih memiliki rasa minat terhadap suatu kegiatan dibandingkan dengan seseorang yang sudah berada pada usia yang tidak produktif. Usia produktif umumnya dapat memengaruhi keinginan seseorang dalam melakukan kegiatan yang produktif, seperti meningkatkan pengetahuan dan keterampilan (Ulfa dan Pertiwi, 2020).

4.2.2. Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil terkait jenis kelamin sebagai berikut.

Tabel 5. Jumlah dan Persentase pada Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
	--orang--	--%--
Laki – laki	35	35
Perempuan	65	65

Data Primer Penelitian (2025)

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa responden dengan karakteristik jenis kelamin yang merupakan sampel dari penelitian ini mayoritas merupakan perempuan dengan persentase sebesar 65% dengan jumlah responden sebanyak 65 orang, sedangkan jenis kelamin laki-laki hanya memiliki persentase 35% dengan jumlah responden sebanyak 35 orang. Persentase tersebut sesuai dengan banyaknya *followers* perempuan yang terlihat lebih aktif dalam memberikan *like* atau *comment* pada setiap konten unggahan akun Instagram @kebunkecilbykaa_ dibandingkan *followers* laki-laki. Terdapat sebanyak 51.3% pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2024 adalah perempuan, sedangkan laki-laki hanya sebanyak 48.7% (Prawiro *et al.*, 2024).

Data pada Tabel 5 tersebut juga mengindikasikan bahwa perempuan cenderung lebih tertarik pada bidang pertanian rumah tangga seperti *urban farming* yang kegiatannya terkesan mudah, santai, sederhana sehingga tidak memerlukan tenaga yang besar. Sedangkan responden laki-laki pada umumnya lebih terpapar pada kegiatan pada pertanian skala besar seperti kebun atau palawija yang relatif kasar dan membutuhkan tenaga, meskipun hal ini tidak mutlak. Perempuan memiliki akses kontrol dalam pengambilan keputusan terkait ilmu pertanian dalam rumah tangga seperti pengolahan lahan, penanaman, perawatan, dan pemanenan dibandingkan laki-laki (Maulana *et al.*, 2022).

4.2.3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan terakhir pada karakteristik responden dalam penelitian ini dikategorikan menjadi beberapa jenjang dan didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 6. Jumlah dan Persentase pada Karakteristik Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah --orang--	Persentase --%--
Tidak Bersekolah	-	-
SD	-	-
SMP / Sederajat	4	4%
SMA / Sederajat	56	56%
Diploma / Sarjana	40	40%

Data Primer Penelitian (2025)

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh *followers* Instagram yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA / Sederajat yaitu sebanyak 56% atau 56 orang. Pendidikan terakhir dengan urutan kedua sebagai responden terbanyak yaitu Diploma/Sarjana dengan persentase 40% atau 40 orang, sedangkan pendidikan terakhir SMP / Sederajat hanya sebanyak 4% atau 4 orang. Tidak ada satu pun responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir tidak bersekolah dan SD.

Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas *followers* akun Instagram @kebunkecilbykaa_ secara umum memiliki tingkat pendidikan terakhir yang cukup tinggi yaitu SMA / Sederajat. Minat seseorang yang telah menyelesaikan pendidikan SMA cenderung lebih bervariasi dan mempertimbangkan peluang kerja dalam memilih karir atau pun hal yang diminati, termasuk dalam sektor pertanian (Afista *et al.*, 2021). Tingkat pendidikan yang lebih tinggi diyakini dapat lebih berpengaruh terhadap motivasi, pengambilan keputusan, keterampilan, serta kemampuan seseorang dalam memahami atau menyerap informasi khususnya dalam kegiatan *urban farming*. Tingkat pendidikan seseorang berperan dalam membentuk sikap dan perilakunya (Djaali, 2018). Semakin tinggi pendidikan yang dimiliki, semakin berkembang pula pola perilakunya. Pemahaman merupakan

perilaku yang berasal dari individu itu sendiri dan berpengaruh terhadap tindakan yang dilakukan (Djaali, 2018).

4.3. Uji Instrumen Penelitian

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 26 sebagai alat analisis data. Berdasarkan hasil uji validitas pada instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur tingkat kesahihan alat ukur penelitian (Lampiran 6) dapat diketahui bahwa indikator yang digunakan dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan semua pernyataan pada kuesioner memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ pada setiap indikator. Kriteria uji validitas dikatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ (Sugiyono, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan pada setiap indikator eksploratif, preferensial, transaksional, dan referensial dinyatakan valid.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian instrumen penelitian yang dilakukan setelah mengetahui instrumen yang digunakan dinyatakan valid. Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yang dilakukan dengan bantuan alat analisis data yaitu *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26 dan didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Indikator Minat

Indikator	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Simpulan
Eksploratif	0,680	Reliabel
Preferensial	0,863	Reliabel
Transaksional	0,860	Reliabel
Referensial	0,833	Reliabel

Data Primer Penelitian Setelah Diolah (2025)

Uji reliabilitas yang digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian pada data yang sama. Berdasarkan hasil uji reliabilitas (Lampiran 6) dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ pada setiap instrumen penelitian sesuai dengan masing-masing indikator. Kriteria uji reliabilitas nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk melaksanakan penelitian selanjutnya atau menguji hipotesis penelitian (Ghozali, 2018).

4.4. Minat *Followers* dalam *Urban farming*

Minat *followers* akun Instagram @kebunkecilbykaa_ terbagi menjadi empat indikator dihitung menggunakan rumus Sugiyono tahun 2023 yang kemudian diklasifikasikan dalam lima kategori skor capaian sebagai berikut.

Tabel 8. Persentase dan Kategori Skor Indikator Minat *Followers*

No.	Indikator	Persentase	Kategori
		--%--	
1	Minat Eksploratif	76,45	Tinggi
2	Minat Preferensial	80,25	Tinggi
3	Minat Transaksional	84,25	Sangat Tinggi
4	Minat Referensial	78,00	Tinggi
	Jumlah	79,49	Tinggi

Data Primer Penelitian (2025)

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa minat *followers* akun Instagram @kebunkecilbykaa_ dalam *urban farming* sebesar 79,49%. Persentase skor tersebut merupakan hasil rata-rata keempat indikator minat yaitu eksploratif, preferensial, transaksional, dan referensial yang menunjukkan bahwa konten unggahan @kebunkecilbykaa_ mampu memunculkan minat *followers* yang termasuk dalam kategori tinggi terhadap *urban farming*. Setiap indikator minat memiliki persentase yang hampir sama, yaitu minat eksploratif berada pada kategori tinggi dengan total persentase sebesar 76,45%, minat preferensial berada pada kategori tinggi pula dengan persentase sebesar 80,25%, kemudian minat referensial pada kategori tinggi dengan persentase 78%, serta minat transaksional memiliki persentase 84,25% yang termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Tidak ada satu pun indikator yang termasuk ke dalam kategori rendah atau sangat rendah.

Minat transaksional memiliki kategori sangat tinggi, dimana hal tersebut adalah skor tertinggi dibandingkan skor indikator lain. Skor 84,25% tersebut menunjukkan bahwa responden selaku *followers* mayoritas menggunakan akun Instagram @kebunkecilbykaa_ sebagai akun untuk mendapatkan manfaat, kemudahan dan keuntungan yang dirasakan, serta terlibat dalam kegiatan transaksi terkait *urban farming* yang dipromosikan melalui akun @kebunkecilbykaa_. Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan transaksi pada suatu barang, jasa, atau kegiatan yang direkomendasikan atas dasar kepercayaan yang tinggi (Priansa, 2017). Artinya *followers* akun Instagram tersebut percaya bahwa produk maupun hal yang direkomendasikan akun @kebunkecilbykaa_ memiliki manfaat yang sesuai serta berjalan dengan baik dan

efektif. Selain itu, *followers* bersedia mengambil tindakan yang bermanfaat serta merasakan kemudahan dan keuntungan yang dirasakan.

Minat preferensial menjadi indikator kedua yang memiliki persentase sebesar 80,25% dan tergolong dalam kategori tinggi. Minat preferensial menunjukkan bahwa *followers* memiliki kecenderungan untuk memilih dan memiliki preferensi utama pada suatu barang, jasa, atau kegiatan dari berbagai pilihan yang ada. Minat preferensial merupakan suatu ketertarikan yang mencerminkan keputusan yang diambil oleh konsumen dalam memilih satu opsi dari berbagai pilihan yang ada (Wonok dan Loindong, 2018). Minat preferensial juga menunjukkan adanya preferensi utama atau kecenderungan terhadap suatu pilihan terhadap produk, jasa, maupun kegiatan yang diminati.

Indikator minat dengan urutan ketiga yaitu minat referensial dengan persentase 78% dan dikategorikan dalam kategori tinggi. Minat referensial menunjukkan bahwa *followers* cenderung mereferensikan atau merekomendasikan suatu barang atau kegiatan kepada orang lain. *Followers* juga bersedia untuk menceritakan pengalaman yang diminati kepada orang lain. Minat referensial adalah minat yang terbentuk setelah konsumen memperoleh pengalaman dan pengetahuan terkait produk atau kegiatan yang dirasa berpengaruh terhadap minat (Hidayat dan Faramitha, 2022). Adanya keinginan *followers* untuk merekomendasikan kegiatan *urban farming* yang ada pada akun Instagram tersebut, berarti konten yang disajikan sudah memenuhi keinginan *followers*.

Minat eksploratif dalam penelitian ini memiliki urutan terendah dengan persentase 76,45%, namun masih berada dalam kategori tinggi. Minat eksploratif

mencerminkan perilaku konsumen yang terus mencari informasi terkait produk yang diminati serta mengumpulkan informasi untuk mendukung keunggulan dari produk atau kegiatan tersebut. Minat eksploratif mencerminkan perilaku seseorang yang secara aktif mencari informasi terkait produk yang diminatinya serta mengumpulkan informasi untuk memperkuat aspek positif dari produk tersebut (Porbohastuti dan Hidayah, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa *followers* merasa konten pada akun @kebunkecilbykaa_ adalah wadah untuk pencarian informasi yang mendalam terkait *urban farming* dan merasakan adanya kemudahan dalam mencari informasi.

Persentase pada setiap indikator tersebut mengindikasikan bahwa *followers* akun @kebunkecilbykaa_ menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap kegiatan *urban farming* setelah menerima informasi atau pesan melalui konten Instagram @kebunkecilbykaa_. Hal tersebut menunjukkan bahwa paparan media sosial khususnya Instagram turut berperan dalam membentuk persepsi seseorang yang dapat mendorong keinginan atau minat untuk berkebun. Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis, salah satunya adalah faktor persepsi (Kotler dan Keller, 2019). Seorang individu cenderung merespons suatu informasi dengan memberikan dukungan atau penolakan (Parsudi *et al.*, 2019). Apabila paparan media sosial sejalan dengan pemahaman individu tersebut, maka akan muncul suatu respons positif berupa dukungan, yang merujuk pada meningkatnya minat *followers* terhadap kegiatan *urban farming*.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas data pada penelitian ini menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan alat analisis data, yaitu SPSS 26. Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan (Lampiran 7) dapat diketahui bahwa data yang digunakan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,114. Kriteria uji normalitas yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut dianggap berdistribusi normal (Sugiyono, 2023). Hal tersebut menandakan bahwa hasil uji data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.5.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan alat bantu analisis data yaitu SPSS 26. Hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini yang disajikan dalam Lampiran 8 diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , sehingga variabel tersebut tidak mengandung multikolinearitas.

4.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji glejser dengan alat bantu analisis data yaitu SPSS 26. Hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini yang disajikan dalam Lampiran 9 diketahui bahwa seluruh variabel

independen dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga variabel tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas. Seluruh variabel independen yang digunakan dinyatakan lolos uji heteroskedastisitas sehingga dapat digunakan dalam pengujian analisis regresi linear berganda.

4.6. Hasil Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat *Followers* pada Akun Instagram @kebunkecilbykaa_

4.6.1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dapat dilakukan setelah seluruh uji asumsi klasik sudah terpenuhi. Uji regresi linear berganda digunakan untuk menemukan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel dependen (Y) dengan independen (X) yang digunakan (Briliant dan Kurniawan, 2020). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat *followers* dalam *urban farming*, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini yaitu variabel usia (X1), tingkat pendidikan terakhir (X2), durasi (X3), frekuensi (X4), dan latar belakang keluarga (X5). Uji regresi linear berganda ini menggunakan bantuan alat analisis yaitu SPSS 26, sebagai berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Adjusted R Square	t	Sig.
Konstanta (a)	86,118	0,804	24,539	0,000
Usia (X1)	-0,878		-8,565	0,000
Tingkat pendidikan (X2)	2,097		1,802	0,075
Durasi (X3)	0,257		0,421	0,675
Frekuensi (X4)	4,379		9,971	0,000
Latar belakang keluarga (X5)	2,224		2,238	0,028

Data Primer Penelitian Setelah Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 9 dapat diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 86,118 + (-0,878) X_1 + 2,097 X_2 + 0,257 X_3 + 4,379 X_4 + 2,224 X_5 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif yaitu sebesar 86,118. Tanda positif tersebut memiliki arti, apabila variabel usia (X1), tingkat pendidikan (X2), durasi (X3), frekuensi (X4), dan latar belakang keluarga (X5) sama dengan 0, maka minat *followers* (Y) bernilai positif yaitu sebesar 86,118.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel usia (X1) yaitu sebesar -0,878. Nilai negatif tersebut menunjukkan adanya pengaruh berlawanan arah antara variabel usia (X1) dengan minat *followers*. Artinya, apabila usia (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka minat *followers* dalam *urban farming* akan mengalami penurunan sebesar 0,878.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel tingkat pendidikan (X2) memiliki nilai positif sebesar 2,097. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila tingkat pendidikan mengalami kenaikan satu satuan, maka minat *followers* akan mengalami peningkatan sebesar 2,097. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel durasi (X3) yaitu sebesar 0,257. Artinya, apabila durasi menonton mengalami peningkatan satu satuan, maka minat *followers* akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,257. Nilai

koefisien yang bernilai positif mengindikasikan bahwa variabel durasi memiliki hubungan yang positif atau searah dengan variabel minat *followers*.

5. Nilai koefisien regresi untuk variabel frekuensi (X4) memiliki nilai positif yaitu sebesar 4,379. Nilai tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang sejalan antara variabel frekuensi dengan variabel minat *followers*. Hal tersebut artinya apabila variabel frekuensi mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel minat *followers* juga akan mengalami kenaikan sebesar 4,379.
6. Nilai koefisien regresi untuk variabel latar belakang keluarga (X5) memiliki nilai positif yaitu sebesar 2,224. Hal tersebut artinya apabila variabel latar belakang keluarga (X5) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel minat *followers* akan mengalami kenaikan sebesar 2,224. Nilai tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel latar belakang keluarga dengan variabel minat *followers*.

4.6.2. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati 0 artinya kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas atau lemah. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (Lampiran 10) dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,804. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 80,4% yang artinya variabel usia, tingkat pendidikan, durasi,

frekuensi, dan latar belakang keluarga memberikan kontribusi sebesar 80,4% terhadap variabel minat *followers* dalam *urban farming*, sedangkan sisanya yaitu 19,6% disebabkan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Apabila nilai koefisien korelasi memiliki nilai $> 80,00\%$ maka dikatakan adanya tingkat hubungan yang sangat kuat (Sugiyono, 2023).

4.6.3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel usia (X1), tingkat pendidikan (X2), durasi (X3), frekuensi (X4), dan latar belakang keluarga (X5) terhadap variabel minat *followers* (Y) secara simultan atau bersama-sama. Berdasarkan uji regresi linear berganda yang telah dilakukan (Lampiran 10) dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 82,924 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel, dimana $82,924 > 2,31$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, sehingga terdapat pengaruh secara simultan antara variabel usia, tingkat pendidikan, durasi, frekuensi, dan latar belakang keluarga terhadap variabel minat *followers* dalam *urban farming*. Kriteria pengujian untuk menjelaskan pengaruh antar masing-masing variabel adalah apabila nilai signifikansi $t < 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima, begitu pula sebaliknya (Ghozali, 2018).

Secara simultan, adanya kombinasi dari beberapa variabel independen yang berupa usia, tingkat pendidikan, durasi, frekuensi, dan latar belakang keluarga dapat memengaruhi minat *followers* dalam *urban farming*. Seorang *followers* yang tengah

berada pada usia produktif, memiliki tingkat pendidikan yang sesuai, adanya faktor durasi dan frekuensi yang membentuk kebiasaan dalam kegiatan *urban farming*, serta latar belakang keluarga yang turut berkontribusi dalam membentuk pola pikir dan kebiasaan yang mendukung, akan lebih tertarik dan memiliki minat untuk melakukan kegiatan *urban farming*. Begitu pula sebaliknya, apabila seorang *followers* sedang berada pada usia yang tidak produktif, memiliki tingkat pendidikan yang tidak memadai, tidak adanya faktor durasi dan frekuensi yang dapat mengembangkan minat berkebun dalam diri, serta memiliki latar belakang keluarga yang kurang berkontribusi dengan tidak bersedia atau pun tidak mampu memberikan fasilitas seseorang tersebut untuk melaksanakan kegiatan *urban farming*, maka dapat menurunkan minat *followers* tersebut dalam melakukan kegiatan *urban farming*.

4.6.4. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu usia, tingkat pendidikan, durasi, frekuensi, dan latar belakang keluarga secara parsial terhadap variabel dependen yaitu minat *followers* dalam *urban farming*, dan didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 10. Hasil Signifikansi Uji t pada Variabel Independen

Variabel	Sig.
Konstanta (a)	0,000
Usia (X1)	0,000
Tingkat pendidikan (X2)	0,075
Durasi (X3)	0,675
Frekuensi (X4)	0,000
Latar belakang keluarga (X5)	0,028

Data Primer Penelitian Setelah Diolah (2025)

Pengujian regresi linear berganda yang telah dilakukan (Lampiran 10) dengan bantuan alat analisis *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26. Kriteria pengujian untuk menjelaskan pengaruh antar masing-masing variabel adalah apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018).

1. Pengaruh Usia terhadap Minat *Followers* dalam *Urban farming*

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel usia (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $< 0,05$. Artinya variabel usia berpengaruh secara signifikan terhadap minat *followers* akun Instagram @kebunkecilbykaa_ dalam *urban farming*. Usia remaja hingga dewasa dianggap sudah cukup matang dan bijaksana dalam menentukan pilihan, serta pola pikir yang mampu berkomitmen dalam mengambil Keputusan (Ilvira *et al.*, 2021). *Followers* akun Instagram dengan rentang usia 18–40 tahun terbukti memengaruhi minat mereka dalam *urban farming*. Selain itu, *followers* akun Instagram @kebunkecilbykaa_ mayoritas berusia 18–23 tahun, dimana usia tersebut cenderung produktif dan melek teknologi. Usia produktif umumnya memengaruhi keinginan seseorang dalam melakukan kegiatan yang produktif pula untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, seperti melakukan *urban farming* (Ulfa dan Pertiwi, 2020).

Seseorang dengan rentang usia yang produktif cenderung memiliki minat pada kegiatan *urban farming* karena berbagai alasan, termasuk keinginan untuk

mengonsumsi sayuran organik, mengisi waktu luang, atau untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Faktor usia juga dapat memengaruhi tingkat pemahaman dan motivasi seseorang dalam kegiatan *urban farming*. Seseorang yang memiliki usia lebih tua, cenderung memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap pentingnya makanan dan lingkungan yang sehat. Sementara itu, generasi muda cenderung lebih tertarik berkebun karena adanya potensi pemanfaatan teknologi modern, seperti *vertical garden*, hidroponik, dan akuaponik dalam *urban farming*. Minat seseorang tidak terbatas pada satu kelompok usia saja, tetapi dapat bervariasi berdasarkan faktor kebutuhan, motivasi, dan tingkat pengetahuan masing-masing individu (Prasetyo *et al.*, 2016).

2. Pengaruh Tingkat Pendidikan Terakhir terhadap Minat *Followers* dalam *Urban farming*

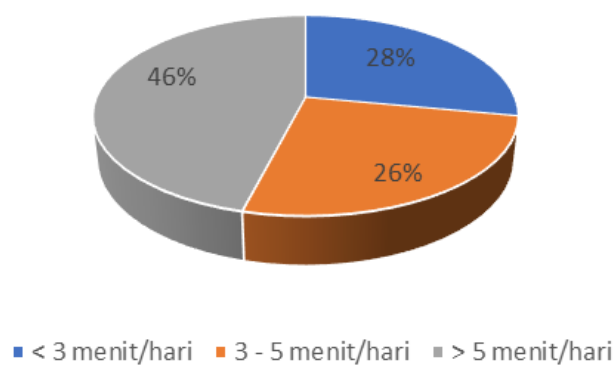
Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel tingkat pendidikan terakhir (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,075. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ dengan artian bahwa variabel tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat *followers* dalam *urban farming*. Minat seseorang yang telah menyelesaikan pendidikan SMA cenderung lebih bervariasi dan mempertimbangkan peluang kerja dalam memilih karier atau pun hal yang diminati, termasuk dalam sektor pertanian (Afista *et al.*, 2021). Seseorang dengan tingkat pendidikan yang tinggi, cenderung lebih tertarik dan mengutamakan hal maupun kegiatan yang bernilai tinggi pula. Seseorang dengan tingkat pendidikan yang tinggi lebih mencari pekerjaan dengan penghasilan yang bergengsi dan lebih menguntungkan (Rozci dan Oktaviani, 2023).

Sementara itu, seseorang dengan pendidikan rendah juga menyadari adanya keterbatasan peluang kerja di sektor pertanian karena kurangnya tingkat pengetahuan. Hal tersebut lah yang mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan seseorang tidak berpengaruh secara nyata terhadap minat individu, khususnya di sektor pertanian.

Minat *followers* terhadap *urban farming* juga dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal lain seperti adanya manfaat dan kebutuhan yang dirasakan. Misalnya seperti faktor penghematan biaya rumah tangga, peningkatan kesehatan pangan keluarga, melakukan *urban farming* berdasarkan hobi, atau berdasarkan kebutuhan praktis, tanpa memandang latar belakang pendidikan mereka. Seseorang dengan pendidikan rendah tetap dapat memiliki minat tinggi terhadap *urban farming* jika mereka melihat manfaat nyata dari kegiatan tersebut (Triwahyuni *et al.*, 2024). Selain itu, faktor sosial dan ekonomi juga dapat berperan dalam membentuk minat terhadap *urban farming*. Seperti halnya dengan individu yang memiliki pendapatan menengah ke bawah cenderung lebih tertarik pada kegiatan *urban farming* sebagai cara untuk mengurangi pengeluaran. Begitu pun sebaliknya, individu dengan penghasilan dan pendidikan yang lebih tinggi cenderung tertarik pada aspek inovasi teknologi dalam kegiatan *urban farming*. Secara keseluruhan, pendidikan formal tidak menjadi penentu utama pada minat seseorang karena faktor ekonomi, kebutuhan, dan lingkungan pada kegiatan *urban farming* sering kali dominan dalam memberikan manfaat (Syabrina *et al.*, 2022).

3. Pengaruh Durasi terhadap Minat *Followers* dalam *Urban farming*

Berdasarkan hasil olah uji regresi yang ada pada Tabel 9 dapat diketahui nilai signifikansi variabel independen durasi (X3) sebesar 0,675. Nilai signifikansi tersebut $> 0,05$ dan diindikasikan bahwa variabel durasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat *followers* dalam *urban farming*. Durasi menonton konten pada akun Instagram, khususnya akun @kebunkecilbykaa_ tidak selalu berpengaruh terhadap minat *followers* dalam *urban farming*. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner pada bagian pertanyaan tambahan, didapatkan hasil bahwa seluruh *followers* pernah menonton *instastory* Instagram @kebunkecilbykaa_. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat seseorang cenderung dipengaruhi oleh kualitas dan relevansi konten daripada eksposur terhadap konten itu sendiri. Meskipun terpapar media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan minat, efeknya lebih bergantung pada daya tarik dan relevansi pesan yang disampaikan, bukan hanya lamanya waktu yang dihabiskan untuk menonton (Dwiputra dan Tampi, 2021). Berdasarkan jawaban responden pada variabel durasi dapat dilihat pada diagram yang disajikan pada ilustrasi berikut.

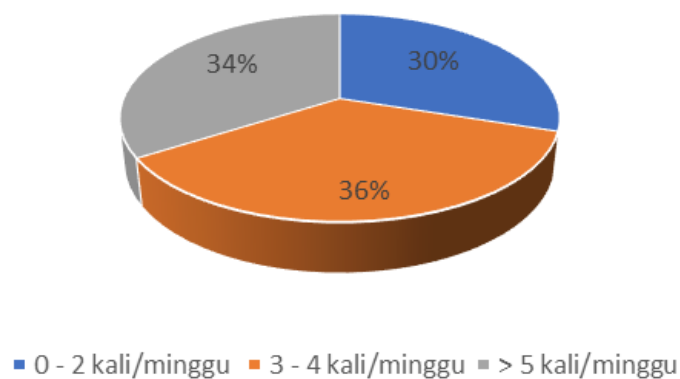


Ilustrasi 2. Jawaban Variabel Durasi

Berdasarkan pada Ilustrasi 2 tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 46% responden menonton konten Instagram @kebunkecilbykaa_ selama lebih dari 5 menit per hari. Selain itu, mayoritas jawaban responden juga pernah menonton unggahan *reels* Instagram @kebunkecilbykaa_, namun tidak selalu menonton konten tersebut hingga selesai dan cenderung untuk tidak membaca *caption* hingga selesai. Hal tersebut menunjukkan bahwa durasi menonton konten unggahan Instagram tidak menjamin terbentuknya minat seseorang untuk melakukan kegiatan *urban farming* secara nyata. Penonton yang menyimak sebuah konten hingga akhir, cenderung menunjukkan adanya ketertarikan terhadap isi dari konten yang diminati (Arsyad *et al.*, 2015). Oleh karena itu, durasi tidak secara langsung memengaruhi minat *followers* karena efektivitas pemanfaatan akun dalam pencarian informasi terkait *urban farming* berkaitan dengan bagaimana informasi diolah dan disajikan melalui konten yang menarik dan kredibel, bukan sekadar lamanya waktu menonton dan mengakses akun Instagram. Selain itu, *followers* cenderung merasa informasi yang diberikan oleh akun @kebunkecilbykaa_ mudah dipahami dan relevan sehingga tidak memerlukan waktu yang lama untuk mengakses akun Instagram @kebunkecilbykaa_. Faktor yang lebih menentukan yaitu bagaimana konten tersebut dirancang untuk menarik perhatian penonton melalui informasi yang relevan dan mudah dipahami. Adanya pendekatan yang sesuai, sebuah konten berdurasi pendek pun dapat berdampak besar dalam membangkitkan minat seseorang (Dwiputra dan Tampi, 2021).

4. Pengaruh Frekuensi terhadap Minat *Followers* dalam *Urban farming*

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel frekuensi (X4) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana hal tersebut bernilai $< 0,05$. Hasil dari nilai signifikansi tersebut memiliki arti bahwa dalam penelitian ini, variabel frekuensi berpengaruh secara signifikan terhadap minat *followers*. Berdasarkan jawaban responden pada variabel durasi dapat dilihat pada diagram yang disajikan pada ilustrasi berikut.



Ilustrasi 3. Jawaban Variabel Frekuensi

Berdasarkan pada Ilustrasi 3 di atas menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 36% responden yang mengunjungi profil atau pun membuka konten Instagram @kebunkecilbykaa_ sebanyak 3 hingga 4 kali dalam satu minggu. Frekuensi *followers* untuk mengunjungi dan berinteraksi terhadap profil Instagram berpengaruh secara signifikan terhadap minat *followers* tersebut. Semakin sering orang berinteraksi dengan suatu objek maka akan menunjukkan ketertarikannya terhadap topik atau objek yang tersaji (Sofia, 2022). Adanya terpaan media sosial dalam bentuk frekuensi yang terhitung sering, mampu meningkatkan kesadaran dan

ketertarikan seseorang terhadap suatu topik. Paparan konten yang relevan dan mudah dimengerti, khususnya dalam konteks *urban farming*, seperti tutorial bercocok tanam dapat memperkuat minat *followers* untuk mencoba kegiatan tersebut. Frekuensi yang tinggi dalam menerima informasi cenderung memperkuat daya tarik seseorang dan dapat membangun persepsi positif terhadap isi pesan (Aprianti *et al.*, 2021).

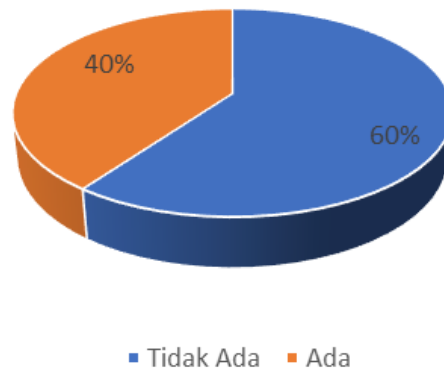
Pengaruh media sosial terhadap minat lebih efektif ketika konten bersifat interaktif dan edukatif, seperti yang dapat dilihat pada *like* dan kolom komentar di setiap konten yang diunggah. Frekuensi seseorang dalam mengunjungi dan melihat profil Instagram menjadi lebih signifikan apabila dibarengi dengan konten yang mampu membangun keterlibatan dan kedekatan kepada *followers*-nya. Akan tetapi, efektivitas frekuensi juga cenderung bergantung pada kualitas dan relevansi konten yang disajikan. Sesuai dengan mayoritas alasan responden memberikan komentar terhadap konten yang diunggah akun @kebunkecilbykaa_ dengan alasan bahwa tayangannya menarik, informatif, bermanfaat, dapat menginspirasi, dan sesuai dengan kebutuhan *followers*. Konten edukatif, inspiratif, dan memiliki daya tarik visual lebih efektif dalam menarik perhatian generasi muda terhadap sektor pertanian (Kusuma dan Hadiyanto, 2015).

5. Pengaruh Latar Belakang Keluarga terhadap Minat *Followers* dalam *Urban farming*

Berdasarkan hasil olah uji regresi yang ada pada Tabel 9 dapat diketahui nilai signifikansi variabel independen latar belakang keluarga (X5) sebesar 0,028. Nilai signifikansi tersebut $< 0,05$ dan diindikasikan bahwa variabel latar belakang

keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap minat *followers* dalam *urban farming*. Keberadaan anggota keluarga yang bekerja sebagai petani atau memiliki profesi di bidang pertanian secara luas, dapat memengaruhi minat seseorang terhadap *urban farming* secara signifikan. Lingkungan keluarga adalah bagian terkecil dari masyarakat yang memiliki peran penting dalam membangun minat dan motivasi seseorang (Juniarti *et al.*, 2022). Lingkungan sosial dan keluarga berperan dalam membentuk karakter dan pandangan mereka terhadap profesi di sektor pertanian. Sebuah tradisi dan pengalaman yang diturunkan dari anggota keluarga dapat meningkatkan ketertarikan individu untuk terlibat dalam kegiatan yang serupa.

Keberadaan anggota keluarga yang bekerja di sektor pertanian juga cenderung memberikan akses langsung kepada pengetahuan praktis dan keterampilan teknis yang relevan. Nilai-nilai budaya dan tradisi agraris dalam sebuah keluarga berperan penting dalam membentuk minat generasi selanjutnya terhadap kegiatan bercocok tanam (Ningsih *et al.*, 2025). Selain itu, dukungan emosional dan sosial dari anggota keluarga yang sudah berpengalaman di bidang pertanian dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang untuk memulai kegiatan *urban farming*. Berdasarkan jawaban responden pada variabel durasi dapat dilihat pada diagram yang disajikan pada ilustrasi berikut.



Ilustrasi 4. Jawaban Variabel Latar Belakang Keluarga

Berdasarkan pada Ilustrasi 4 tersebut diketahui bahwa terdapat sebanyak 60% responden tidak memiliki anggota keluarga yang bekerja sebagai petani maupun berprofesi pada bidang pertanian secara luas. Sementara itu, pada pertanyaan tambahan yang diberikan kepada responden, diperoleh hasil bahwa mayoritas keluarga responden memiliki ketertarikan pada *urban farming*, bersedia dan mampu memberikan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pada kegiatan pertanian yang dilakukan, serta bersedia mendukung responden apabila ingin terlibat dalam bidang pertanian secara luas. Persepsi positif terhadap bidang pertanian yang dibentuk oleh keluarga dapat mendorong seseorang untuk melihat *urban farming* sebagai aktivitas yang bermanfaat dan bernilai positif pula (Ningsih *et al.*, 2025).